

TESIS DOCTORAL

Mayo 2022

**ROSANA MOYA ISACH**

**EL DISCURSO PERIODÍSTICO  
INFORMATIVO: UN ANÁLISIS  
DEL ESTILO COMUNICATIVO  
A PARTIR DE LAS RELACIONES  
SINTÁCTICAS Y  
LÓGICO-SEMÁNTICAS**

Director:

Dr. Francisco Javier Vellón Lahoz



**UNIVERSITAT  
JAUME·I**





TESIS DOCTORAL

EL DISCURSO PERIODÍSTICO INFORMATIVO:  
UN ANÁLISIS DEL ESTILO COMUNICATIVO A PARTIR DE LAS  
RELACIONES SINTÁCTICAS Y LÓGICO-SEMÁNTICAS

Presentada por:

**Rosana Moya Isach**

Dirigida por:

**Dr. Francisco Javier Vellón Lahoz**

Mayo de 2022





Programa de Doctorado en Lenguas Aplicadas, Literatura y Traducción

Escuela de Doctorado de la Universitat Jaume I

## El discurso periodístico informativo: un análisis del estilo comunicativo a partir de las relaciones sintácticas y lógico-semánticas

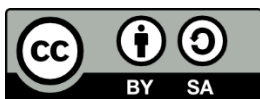
Memoria presentada por Rosana Moya Isach para optar al grado de doctora  
por la Universitat Jaume I

Rosana Moya Isach

Dr. Francisco Javier Vellón Lahoz

Castelló de la Plana, mayo de 2022





El discurso periodístico informativo: un análisis del estilo comunicativo a partir de las relaciones sintácticas y lógico-semánticas © 2022 by Rosana Moya Isach is licensed under Attribution-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>  
Esta tesis no ha recibido ninguna financiación.





*A Júlia y a Mara.*



## ***Agradecimientos***

Embarcarse en la aventura de realizar un doctorado no solo implica un reto profesional, pues compartir tantos años con datos, noticias, trabajo(s) y familia conlleva necesariamente poner patas arriba tu vida personal y condicionar, con ello, a los que conviven contigo. También supone cruzarse en el camino con muchas personas que, mucho o poco, han contribuido a que este trabajo llegue a su fin.

Me gustaría empezar este apartado de agradecimientos por el profesorado del Máster de Estudios Hispánicos de la Universidad de Valencia, por haberme enseñado a estimar la lengua y sus usos, y por haberme contagiado el entusiasmo investigador.

Quiero dedicar también unas palabras de agradecimiento a la profesora Dra. María Calzada Pérez, de la Universitat Jaume I de Castellón, por haberme introducido en el mundo de los *parsers*, los metadatos y los corpus etiquetados, y por su valioso trabajo y el de Fernando Gabarrón Barrios, en la codificación y etiquetado inicial del corpus de este estudio. Gracias por vuestra generosidad.

También quiero agradecer la ayuda del profesor de la Southern Denmark University (SDU), el Dr. Eckhard Bick, por el etiquetado final del corpus de esta tesis mediante su programa *Hispal Parser*. Su generosidad y su predisposición han hecho posible la realización de uno de los capítulos fundamentales de este trabajo. Gracias también al profesor Mike Scott (Aston University), por haber resuelto mis dudas, en incontables ocasiones, sobre el programa de concordancias *WordSmith Tools*.

Mi reconocimiento también va para el profesor Christian M.I.M. Matthiessen, por sus recomendaciones bibliográficas y por haberme aclarado en sus mensajes desde la Universidad de Hong Kong la relación entre la lingüística sistémico-funcional de Michael A. K. Halliday y el análisis del discurso.

Muchas gracias también al profesor Dr. José Luis Blas Arroyo por haberme brindado la oportunidad de formar parte del grupo de investigación Sociolingüística de la Universitat Jaume I, y por haber contribuido a mi formación sobre la compilación de corpus textuales.

Mi más profundo agradecimiento es para el Dr. Francisco Javier Vellón Lahoz, por haber confiado en mí y por haber aceptado dirigir este trabajo. Sin su guía, sus ánimos en los momentos bajos, sus consejos, su predisposición y sus críticas constructivas para mejorar este texto, esta investigación no hubiera sido posible. Y sobre todo, muchas gracias

por haber tenido la paciencia infinita de tutorizar y dirigir a una doctoranda a tiempo parcial, entre nacimientos, oposiciones y una vida laboral marcada, primero, por los cambios de precio y las cuentas de cajas y, después, por el alumnado de la ESO y Bachillerato. Gracias por tu inestimable ayuda y tu perseverancia, que me impulsaban a seguir en este camino casi inacabable.

Terminaré el bloque de los agradecimientos nombrando a las personas que han sufrido cada una de estas páginas, pues me han cedido –o les he robado– todas las horas que he destinado a realizar este trabajo. Miguel, siempre has remado a mi favor en esta aventura y has hecho que todo fuera fácil. A ti te debo parte de este trabajo, por haber sido el pilar esencial. Gracias por tu disponibilidad y por la ilusión con que has afrontado este periodo de nuestra vida. Gracias también por tu ayuda en las tareas de recopilación del corpus original. Júlia y Mara, habéis sido mi motivación y no tendré nunca suficientes palabras de agradecimiento para vosotras. A partir de ahora, recorreremos los cuatro la Serra Espadà con otros temas de conversación. Os lo prometo. Gracias, gracias y gracias.

Y gracias también a mi hermana, a mi familia política, a mis amigas y amigos, y en especial al Cuarteto la la la. A todos y a cada uno de ellos, que me han acompañado en este largo proceso y que, sin que sean conscientes, me han ayudado a sortear los obstáculos encontrados con sus charlas, las tardes de bar o las noches de *Outlander* en Amposta. Para mis compañeras y compañeros de trabajo, los de antes y los ahora, en el IES Jaume I, por haberme escuchado divagar sobre los avances –y retrocesos– de este estudio.

Esta investigación se la dedico a mis padres, que me han inculcado el valor del trabajo y del esfuerzo. Siempre seréis un ejemplo a seguir. Y no puedo cerrar este apartado de reconocimientos sin nombrar a mi abuelo: por su recuerdo y el de las sobremesas de café y conversación en época de exámenes.

Gracias a los que, aunque olvide nombrar en estas líneas, habéis formado parte de este trabajo y os habéis interesado por él.

## Resumen

El objetivo del presente estudio es analizar la diversidad de los estilos de la noticia periodística, atendiendo a los diferentes modelos comunicativos de las cabeceras españolas generalistas y especializadas de referencia: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *El Periódico*, *Sport*, *Marca*, *As*, *Cinco Días* y *Expansión*. Para ello, se ha tomado en consideración la propuesta de M.A.K. Halliday de las relaciones lógico-semánticas, una clasificación de las relaciones que se establecen en el discurso y que afectan tanto al nivel estructural de la lengua como al textual. Enmarcada en la lingüística sistémico-funcional, esta propuesta también tiene como eje central el concepto de *registro* y sus variables de campo, tenor y modo.

La investigación se ha realizado sobre un corpus de textos compilado expresamente y etiquetado morfológica y sintácticamente, el cual se ha analizado mediante un programa de concordancias. Los resultados obtenidos han demostrado que la noticia utiliza un registro con identidad propia, pero con variedad de estilos. Así, según el análisis de las relaciones lógico-semánticas y sintácticas, se ha constatado que la noticia presenta rasgos, en distinto grado, del estilo  $\pm$  explicativo,  $\pm$  narrativo,  $\pm$  formal,  $\pm$  declarativo,  $\pm$  modalizado,  $\pm$  dinámico,  $\pm$  documentado y  $\pm$  cohesionado.

**Palabras clave:** *estilo periodístico, noticia escrita, noticia generalista, noticia deportiva, noticia económica, relaciones lógico-semánticas, lingüística sistémico-funcional, registro, campo, tenor, modo*

## Abstract

The aim of this study is to analyze the diversity of journalistic news styles, considering the different communication models of the referents generalist and specialized Spanish newspapers: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *El Periódico*, *Sport*, *Marca*, *As*, *Cinco Días* and *Expansión*. For this, the proposal of M.A.K. Halliday of the logical-semantic relations, a classification of the relations that are established in the discourse and that affect both the structural and the textual level of the language. Framed in Systemic functional linguistics,

this proposal also has as its central axis the concept of *register* and the variables of the context: field, tenor and mode.

The research has been implemented on a corpus of texts expressly compiled and tagged morphologically and syntactically, which has been analyzed using a concordance program. The results obtained have shown that the news uses a register with its own identity, but with a variety of styles. Thus, according to the analysis of the logical-semantic and syntactic relations, it has been found that the news has features, to varying range, of the style ± explanatory, ± narrative, ± formal, ± declarative, ± modalized, ± dynamic, ± documented and ± cohesive.

**Keywords:** *journalistic style, written news, general news, sports news, economic news, logical-semantic relations, Systemic functional linguistics, register, field, tenor, mode*

# ÍNDICE GENERAL

<i>Agradecimientos</i> .....	11
<i>Resumen</i> .....	13
<i>Introducción</i> .....	29
<i>I. Motivación y estructura de la tesis</i> .....	29
<i>II. Tema, objetivos y justificación</i> .....	32
<i>III. Hipótesis planteadas</i> .....	37

## PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

<b>1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES</b> .....	43
<b>1.1. Teorías lingüísticas</b> .....	45
1.1.1. La lingüística sistémico-funcional.....	45
1.1.1.1. Sistema y función.....	47
1.1.1.2. Contexto y registro.....	50
1.1.1.3. Lenguaje, texto y gramática.....	51
1.1.1.4. Complementariedad dialéctica entre teoría y datos.....	53
1.1.2. La lingüística textual.....	55
1.1.2.1. Cohesión y conexión.....	58
1.1.2.2. El concepto de coherencia y el componente cognitivo.....	61
1.1.2.3. Pragmática y semántica.....	64
1.1.2.4. La intención comunicativa: retórica y modalización.....	67
<b>1.2. Elementos de análisis</b> .....	70
1.2.1. Las relaciones del discurso: la textualidad desde diferentes enfoques.....	70
1.2.2. Las relaciones del discurso desde la lingüística sistémico-funcional.....	72
1.2.2.1. Relaciones tácticas.....	72
1.2.2.2. Relaciones lógico-semánticas.....	75
a) Relaciones por expansión.....	77
b) Relaciones por proyección.....	80

1.2.2.3. El concepto de metafunción: tres metafunciones del lenguaje.....	81
1.2.2.4. El sistema de la conjunción: alcance y caracterización .....	82
<b>2. OBJETO DE ESTUDIO .....</b>	<b>93</b>
<b>2.1. El discurso periodístico .....</b>	<b>95</b>
2.1.1. El texto periodístico en el marco de la tipología textual.....	95
2.1.2. La noticia como género .....	98
2.1.3. Clasificación y estructura de la noticia.....	110
2.1.4. Los estilos del periodista.....	114
2.1.5. Modelos de periódico: generalistas vs. especializados.....	118
2.1.5.1. Particularidades de la prensa especializada en deportes.....	121
2.1.5.2. Rasgos distintivos de la prensa económica .....	124
<b>3. METODOLOGÍA, APLICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL CORPUS.....</b>	<b>127</b>
<b>3.1. Metodología de trabajo .....</b>	<b>129</b>
3.1.1. Justificación .....	129
3.1.2. Corpus simple vs. corpus anotado .....	131
3.1.3. Aplicación de la propuesta de Halliday .....	136
<b>3.2. Corpus de estudio .....</b>	<b>152</b>
3.2.1. Criterios de selección de los textos.....	152
3.2.2. Fuentes utilizadas.....	153
3.2.2.1. Periódicos generalistas.....	154
a) <i>El País</i> .....	154
b) <i>El Mundo</i> .....	157
c) <i>ABC</i> .....	159
d) <i>La Razón</i> .....	160
e) <i>El Periódico</i> .....	161
3.2.2.2. Periódicos especializados .....	163
a) <i>Expansión</i> .....	164
b) <i>Cinco Días</i> .....	165



c) <i>As</i> .....	167
d) <i>Marca</i> .....	169
e) <i>Sport</i> .....	170
3.2.3. Caracterización de la muestra .....	171

## SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS Y RESULTADOS

<b>4. IMPLICACIONES DE LAS RELACIONES POR EXPANSIÓN EN LA NOTICIA</b> .....	177
<b>4.1. Introducción</b> .....	179
<b>4.2. La elaboración en la noticia periodística</b> .....	183
4.2.1. La elaboración paratáctica .....	184
4.2.1.1. La exposición y la ejemplificación: la divulgación en la noticia .....	189
4.2.1.2. Estrategias de clarificación en la noticia .....	196
4.2.1.3. Conclusiones parciales .....	201
4.2.2. La elaboración hipotáctica .....	206
4.2.2.1. Oraciones de relativo explicativas .....	206
4.2.2.2. Relativos en el mensaje periodístico .....	210
a) <i>Que</i> y sus variantes con artículo y preposición .....	214
b) <i>Quien</i> y los grupos relativos preposicionales .....	218
c) Los relativos simples <i>cual</i> y <i>cuyo</i> , el relativo compuesto <i>el/la/los/las cual/es</i> y sus variantes con preposición .....	220
d) Los adverbios relativos <i>cuando</i> y <i>donde</i> y sus variantes con preposición .....	222
e) El relativo <i>como</i> .....	225
4.2.2.3. Conclusiones parciales .....	227
<b>4.3. La extensión: adición y variación de significados</b> .....	231
4.3.1. La estructura oracional .....	231
4.3.2. La estructura narrativa de la noticia .....	235
4.3.3. Adición y variación en el discurso periodístico .....	242
4.3.4. Usos estructural y cohesivo de las conjunciones <i>y</i> y <i>pero</i> .....	256
4.3.5. Conclusiones parciales .....	261

<b>4.4. Relaciones de ampliación</b> .....	264
4.4.1. El desarrollo de la noticia mediante la ampliación paratáctica .....	272
4.4.1.1. La conexión temporal y espacial .....	274
4.4.1.2. La conexión causal-consecutiva .....	283
4.4.1.3. Otras conexiones: concesivas, finales, condicionales y comparativas.....	286
4.4.1.4. Ampliación paratáctica con coordinación .....	294
4.4.1.5. Conclusiones parciales .....	298
4.4.2. Documentación y profundización de la noticia: la ampliación hipotáctica .....	301
4.4.2.1. Subordinadas de tiempo, lugar y modo .....	304
4.4.2.2. Oraciones causales, finales e ilativas .....	311
4.4.2.3. Oraciones concesivas, condicionales y comparativas hipotéticas .....	317
4.4.2.4. Conclusiones parciales .....	322
<b>4.5. Discusión</b> .....	326
<b>5. ESTILOS COMUNICATIVOS Y PROYECCIÓN</b> .....	341
<b>5.1. Introducción</b> .....	343
<b>5.2. Relaciones de proyección: estilo directo y estilo indirecto</b> .....	348
5.2.1. El discurso polifónico a través de los verbos de lengua: implicaciones en los estilos periodísticos .....	353
5.2.1.1. La forma verbal neutra: <i>decir</i> .....	370
5.2.1.2. ‘Decir’ + ‘expresar una idea u opinión’: <i>explicar, aclarar, anunciar,</i> <i>declarar, informar, expresar, manifestar</i> .....	374
5.2.1.3. ‘Decir’ + ‘afirmación’ o ‘certeza’: <i>afirmar, asegurar, confirmar</i> .....	382
5.2.1.4. ‘Decir’ + ‘ampliar lo dicho’ o ‘añadir detalles’: <i>matizar, precisar</i> .....	387
5.2.1.5. ‘Decir’ + ‘repetición’: <i>reiterar, insistir</i> .....	389
5.2.1.6. ‘Decir’ + ‘fuerza de expresión’: <i>apuntar, señalar</i> .....	391
5.2.1.7. ‘Decir’ + ‘descubrir algo oculto’: <i>confesar</i> .....	394
5.2.1.8. ‘Decir’ + ‘referir un suceso’: <i>contar, relatar</i> .....	396
5.2.1.9. ‘Decir’ + ‘hacer y responder preguntas’: <i>plantear, contestar, replicar,</i>	

<i>discutir, responder</i> .....	399
5.2.1.10. ‘Decir’ + ‘aceptar o negar opiniones’: <i>reconocer, negar</i> .....	404
5.2.1.11. ‘Decir’ + ‘solicitud’ o ‘petición’: <i>reclamar</i> .....	407
5.2.1.12. ‘Decir’ + ‘modo de dicción’: <i>exclamar</i> .....	409
5.2.1.13. ‘Decir’+ ‘recomendación’ o ‘aviso’: <i>advertir</i> .....	410
5.2.1.14. Conclusiones parciales .....	412
5.2.2. Certeza y modalización en la proyección de ideas mentales en la noticia .....	418
5.2.2.1. ‘Decir’ + ‘articular fónicamente una actividad cognoscitiva objetiva u objetivable’ .....	426
a) <i>Saber y conocer</i> .....	426
b) <i>Recordar, evocar y rememorar</i> .....	428
c) <i>Comprender y entender</i> .....	430
d) <i>Comprobar, averiguar, constatar y analizar</i> .....	432
e) <i>Reflexionar y razonar</i> .....	435
5.2.2.2. ‘Decir’ + ‘articular fónicamente una actividad cognoscitiva subjetiva’ .....	437
a) <i>Creer, suponer y esperar</i> .....	437
b) <i>Pensar y opinar</i> .....	441
c) <i>Estimar y considerar</i> .....	443
d) <i>Interpretar y confiar</i> .....	445
e) <i>Sospechar y dudar</i> .....	446
f) <i>Intuir y prever</i> .....	448
5.2.2.3. Conclusiones parciales .....	451
<b>5.3. Discusión</b> .....	455
<b>6. CONCLUSIONES FINALES</b> .....	471
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	495
<b>ANEXOS</b> .....	521
Anexo I. Expansión.....	523
Anexo II. Proyección .....	567



## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

<b>Tabla 1.</b> La cláusula como construcción multifuncional (Halliday y Matthiessen, 2014) .....	51
<b>Tabla 2.</b> El sistema de la conjunción (Halliday y Matthiessen, 2014) .....	86
<b>Tabla 3.</b> Características tipológicas contextuales y ámbito de uso de la noticia a partir de Castellà (1992).....	97
<b>Tabla 4.</b> Relaciones lógico-semánticas analizadas en función del rango.....	143
<b>Tabla 5.</b> Relaciones lógico-semánticas .....	144
<b>Tabla 6.</b> Parámetros de búsqueda de los elementos analizados con <i>Wordsmith Tools</i> .....	147
<b>Tabla 7.</b> Caracterización de la muestra.....	173
<b>Tabla 8.</b> Agrupamiento por secciones .....	174
<b>Tabla 9.</b> Elementos de búsqueda de la expansión .....	180
<b>Tabla 10.</b> Principales implicaciones de la elaboración en los estilos de la noticia .....	184
<b>Tabla 11.</b> Comparativa entre Halliday y Matthiessen (2014) y Martín Zorraquino y Portolés (1999) .....	187
<b>Tabla 12.</b> Exposición y ejemplificación. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas.....	192
<b>Tabla 13.</b> Exposición y ejemplificación. Periódicos especializados .....	193
<b>Tabla 14.</b> Exposición y ejemplificación. Comparativa tipos de medios en FA y FN (ocurrencias/100.000 palabras).....	195
<b>Tabla 15.</b> Clarificación. Comparativa tipos de medios y valores .....	197
<b>Tabla 16.</b> Clarificación. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas .....	200
<b>Tabla 17.</b> Clarificación. Periódicos especializados + secciones generalistas .....	201
<b>Tabla 18.</b> Cuadro-resumen resultados de la elaboración paratáctica .....	203
<b>Tabla 19.</b> Resultados de la exposición-ejemplificación por grupo empresarial (FN) .....	204
<b>Tabla 20.</b> Resultados de la clarificación por grupo empresarial (FN).....	204
<b>Tabla 21.</b> Elementos de búsqueda de la elaboración hipotáctica.....	212
<b>Tabla 22.</b> Relativas explicativas en periódicos generalistas.....	213
<b>Tabla 23.</b> Relativas explicativas en periódicos especializados.....	214
<b>Tabla 24.</b> <i>Que</i> + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas.....	215
<b>Tabla 25.</b> <i>El que</i> + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas .....	216
<b>Tabla 26.</b> <i>Quien</i> + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas.....	219

<b>Tabla 27.</b> <i>El cual</i> + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas.....	221
<b>Tabla 28.</b> <i>Cuyo</i> + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas .....	221
<b>Tabla 29.</b> <i>Donde</i> + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas.....	223
<b>Tabla 30.</b> <i>Cuando</i> + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas.....	224
<b>Tabla 31.</b> <i>Como</i> . Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas .....	227
<b>Tabla 32.</b> Datos globales del uso de la elaboración hipotáctica por secciones (FA y FN/100.000).....	228
<b>Tabla 33.</b> Cuadro-resumen resultados de la elaboración hipotáctica .....	229
<b>Tabla 34.</b> Resultados de elaboración hipotáctica por grupo empresarial (FN) .....	230
<b>Tabla 35.</b> Implicaciones de la extensión en el discurso periodístico.....	231
<b>Tabla 36.</b> Comparativa entre adición paratáctica positiva y negativa y adición paratáctica adversativa .....	241
<b>Tabla 37.</b> Elementos analizados en la extensión con <i>Wordsmith Tools</i> .....	242
<b>Tabla 38.</b> Adición paratáctica e hipotáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas .....	244
<b>Tabla 39.</b> Adición paratáctica adversativa. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas.....	250
<b>Tabla 40.</b> Variación paratáctica e hipotáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN) .....	253
<b>Tabla 41.</b> Adición y variación. Periódicos especializados .....	254
<b>Tabla 42.</b> Extensión. Comparativa tipos de medios (FA y FN: ocurrencias/100.000) .....	255
<b>Tabla 43.</b> Uso estructural y cohesivo de las conjunciones <i>y/pero</i> . FA y % sobre el total en periódicos generalistas.....	258
<b>Tabla 44.</b> Uso cohesivo de la conjunción <i>y</i> . Sección +/- en % sobre el total de <i>y</i> en periódicos generalistas .....	258
<b>Tabla 45.</b> Uso cohesivo de la conjunción <i>pero</i> . Sección +/- en % sobre el total de <i>pero</i> en periódicos generalistas.....	259
<b>Tabla 46.</b> Uso estructural y cohesivo de las conjunciones <i>y/pero</i> . FA y % en periódicos especializados .....	259
<b>Tabla 47.</b> Cuadro-resumen resultados de la extensión .....	262
<b>Tabla 48.</b> Resultados de la adición por grupo empresarial (FN) .....	263
<b>Tabla 49.</b> Resultados de la variación por grupo empresarial (FN) .....	263

<b>Tabla 50.</b> La ampliación paratáctica en Halliday (Halliday y Matthiessen, 2014).....	265
<b>Tabla 51.</b> La ampliación hipotáctica en oraciones finitas en Halliday (Halliday y Matthiessen, 2014) .....	265
<b>Tabla 52.</b> La ampliación en el rango del discurso en Halliday (Halliday y Matthiessen, 2014) .....	266
<b>Tabla 53.</b> Nexos de la ampliación paratáctica e hipotáctica .....	266
<b>Tabla 54.</b> Principales implicaciones de la ampliación en los estilos de la noticia.....	268
<b>Tabla 55.</b> Comparativa entre modelos de medio y uso de ampliación paratáctica e hipotáctica (FN por 100.000 palabras).....	271
<b>Tabla 56.</b> Ampliación paratáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN).....	273
<b>Tabla 57.</b> Ampliación paratáctica en periódicos especializados .....	274
<b>Tabla 58.</b> Conexión temporal. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)....	276
<b>Tabla 59.</b> Conexión temporal en periódicos especializados.....	281
<b>Tabla 60.</b> Conexión de tematización. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN).....	282
<b>Tabla 61.</b> Conexión de tematización en periódicos especializados .....	282
<b>Tabla 62.</b> Conexión causal-consecutiva. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN).....	283
<b>Tabla 63.</b> Conexión causal-consecutiva en periódicos especializados.....	283
<b>Tabla 64.</b> Conexión concesiva, final, condicional y comparativa. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN) .....	286
<b>Tabla 65.</b> Conexión concesiva, final, condicional y comparativa en periódicos especializados .....	293
<b>Tabla 66.</b> Ampliación paratáctica. Combinación conjunción-conector. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FA y % respecto al total del tipo).....	295
<b>Tabla 67.</b> Ampliación paratáctica. Combinación conjunción-conector en periódicos especializados (FA y % respecto al total del tipo) .....	295
<b>Tabla 68.</b> Cuadro-resumen resultados de la ampliación paratáctica.....	299
<b>Tabla 69.</b> Resultados de la ampliación paratáctica por grupo empresarial (FN).....	300
<b>Tabla 70.</b> Ampliación hipotáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN).....	302

<b>Tabla 71.</b> Ampliación hipotáctica en periódicos especializados.....	303
<b>Tabla 72.</b> Ampliación hipotáctica. Oraciones adverbiales en la prensa generalista (FN por 100.000) .....	303
<b>Tabla 73.</b> Ampliación hipotáctica. Oraciones adverbiales en la prensa especializada (FN por 100.000) .....	304
<b>Tabla 74.</b> Subordinadas de tiempo, lugar y modo. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN).....	309
<b>Tabla 75.</b> Subordinadas de tiempo, lugar y modo en periódicos especializados (FA y FN/100.000).....	309
<b>Tabla 76.</b> Oraciones causales, finales e ilativas. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN) .....	314
<b>Tabla 77.</b> Oraciones causales, finales e ilativas en periódicos especializados (FN por 100.000) .....	316
<b>Tabla 78.</b> Oraciones concesivas, condicionales y comparativas hipotéticas. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN) .....	320
<b>Tabla 79.</b> Oraciones concesivas, condicionales y comparativas hipotéticas en periódicos especializados (FN por 100.000) .....	322
<b>Tabla 80.</b> Cuadro-resumen resultados de la ampliación hipotáctica .....	324
<b>Tabla 81.</b> Resultados de la ampliación hipotáctica por grupo empresarial (FN).....	324
<b>Tabla 82.</b> Peso de las relaciones lógico-semánticas de expansión en la noticia periodística (FA y FN por 100.000) .....	327
<b>Tabla 83.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la elaboración .....	329
<b>Tabla 84.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la extensión.....	331
<b>Tabla 85.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la ampliación.....	332
<b>Tabla 86.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la elaboración por medios.....	333
<b>Tabla 87.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la extensión por medios.....	334
<b>Tabla 88.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la ampliación por medios.....	335
<b>Tabla 89.</b> Estilo de las noticias por medio según las relaciones de expansión .....	339
<b>Tabla 90.</b> Elementos de búsqueda de la proyección .....	343



<b>Tabla 91.</b> Cuatro tipos de proyección .....	344
<b>Tabla 92.</b> Verbos de proceso verbal analizados .....	345
<b>Tabla 93.</b> Verbos de proceso mental analizados.....	347
<b>Tabla 94.</b> Datos absolutos, FN y porcentajes de la proyección en la prensa generalista .....	350
<b>Tabla 95.</b> Datos absolutos, FN y porcentajes de la proyección en la prensa especializada.....	350
<b>Tabla 96.</b> Implicaciones de la proyección en la narración periodística.....	351
<b>Tabla 97.</b> Presencia de la proyección global en la narración periodística .....	352
<b>Tabla 98.</b> Presencia de la proyección en la narración periodística por tipos de medio.....	353
<b>Tabla 99.</b> Presencia de la proyección de locuciones en la narración periodística .....	354
<b>Tabla 100.</b> Presencia de la proyección (tanto hipotáctica como paratáctica) de locuciones verbales por medio y sección (en FA y FN).....	355
<b>Tabla 101.</b> Frecuencia normalizada del uso del ED y EI por medios generalistas y secciones.....	366
<b>Tabla 102.</b> Frecuencia normalizada del uso del ED y EI por medios especializados .....	366
<b>Tabla 103.</b> Variedad léxica en el uso de los verbos de comunicación en ED y EI por medios generalistas y secciones.....	368
<b>Tabla 104.</b> Variedad léxica en el uso de los verbos de comunicación en ED y EI por medios especializados.....	368
<b>Tabla 105.</b> Frecuencia absoluta verbos de proceso verbal por medio generalista y estilo (ED-EI).....	368
<b>Tabla 106.</b> Frecuencia absoluta verbos de proceso verbal por medio especializado y estilo (ED-EI).....	369
<b>Tabla 107.</b> Verbo <i>decir</i> .....	371
<b>Tabla 108.</b> Verbos <i>aclarar</i> y <i>explicar</i> .....	374
<b>Tabla 109.</b> Verbos <i>informar</i> , <i>anunciar</i> y <i>declarar</i> .....	380
<b>Tabla 110.</b> Verbos <i>manifestar</i> y <i>expresar</i> .....	382
<b>Tabla 111.</b> Verbos <i>asegurar</i> , <i>afirmar</i> y <i>confirmar</i> .....	387
<b>Tabla 112.</b> Verbos <i>matizar</i> y <i>precisar</i> .....	388
<b>Tabla 113.</b> Verbos <i>reiterar</i> e <i>insistir</i> .....	390
<b>Tabla 114.</b> Verbos <i>apuntar</i> y <i>señalar</i> .....	394

<b>Tabla 115.</b> Verbo <i>confesar</i> .....	394
<b>Tabla 116.</b> Verbos <i>contar</i> y <i>relatar</i> .....	397
<b>Tabla 117.</b> Verbos <i>discutir</i> y <i>replicar</i> .....	400
<b>Tabla 118.</b> Verbo <i>plantear</i> .....	401
<b>Tabla 119.</b> Verbos <i>contestar</i> y <i>responder</i> .....	404
<b>Tabla 120.</b> Verbos <i>reconocer</i> y <i>negar</i> .....	405
<b>Tabla 121.</b> Verbo <i>reclamar</i> .....	408
<b>Tabla 122.</b> Verbo <i>exclamar</i> .....	409
<b>Tabla 123.</b> Verbo <i>advertir</i> .....	412
<b>Tabla 124.</b> Cuadro-resumen resultados de la proyección de locuciones verbales .....	416
<b>Tabla 125.</b> Resultados de la proyección de locuciones verbales por grupo empresarial (FN).....	417
<b>Tabla 126.</b> Presencia de la proyección (tanto paratáctica como hipotáctica) de ideas mentales por medio y sección (en FA y FN).....	419
<b>Tabla 127.</b> Frecuencia normalizada del uso de proyección de ideas mentales por medios generalistas y secciones.....	419
<b>Tabla 128.</b> Frecuencia normalizada del uso de proyección de ideas mentales por medios especializados.....	419
<b>Tabla 129.</b> Variedad léxica en el uso de los verbos de cognición en ED y EI por medios generalistas y secciones.....	421
<b>Tabla 130.</b> Variedad léxica en el uso de los verbos de cognición en ED y EI por medios especializados.....	421
<b>Tabla 131.</b> Frecuencia absoluta verbos de proceso mental por medio generalista y estilo (ED-EI).....	422
<b>Tabla 132.</b> Frecuencia absoluta verbos de proceso mental por medio especializado y estilo (ED-EI).....	422
<b>Tabla 133.</b> Verbos <i>saber</i> y <i>conocer</i> .....	428
<b>Tabla 134.</b> Verbos <i>recordar</i> , <i>evocar</i> y <i>rememorar</i> .....	430
<b>Tabla 135.</b> Verbos <i>comprender</i> y <i>entender</i> .....	432
<b>Tabla 136.</b> Verbos <i>comprobar</i> , <i>averiguar</i> , <i>constatar</i> y <i>analizar</i> .....	435
<b>Tabla 137.</b> Verbos <i>reflexionar</i> y <i>razonar</i> .....	436
<b>Tabla 138.</b> Verbos <i>creer</i> , <i>suponer</i> y <i>esperar</i> .....	440

<b>Tabla 139.</b> Verbos <i>pensar</i> y <i>opinar</i> .....	442
<b>Tabla 140.</b> Verbos <i>estimar</i> y <i>considerar</i> .....	445
<b>Tabla 141.</b> Verbos <i>interpretar</i> y <i>confiar</i> .....	446
<b>Tabla 142.</b> Verbos <i>sospechar</i> y <i>dudar</i> .....	448
<b>Tabla 143.</b> Verbos <i>intuir</i> y <i>prever</i> .....	451
<b>Tabla 144.</b> Cuadro-resumen resultados de la proyección de ideas mentales.....	453
<b>Tabla 145.</b> Resultados de la proyección de ideas por grupo empresarial (FN) .....	454
<b>Tabla 146.</b> Peso de las relaciones lógico-semánticas de proyección en la noticia periodística .....	456
<b>Tabla 147.</b> Gradación del factor modalización en periódicos generalistas (Datos en FA y FN por 100.000).....	459
<b>Tabla 148.</b> Gradación del factor modalización en periódicos especializados .....	460
<b>Tabla 149.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la proyección .....	462
<b>Tabla 150.</b> Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la proyección por medios.....	464
<b>Tabla 151.</b> Estilo de las noticias por medio según las relaciones de proyección .....	467
<b>Tabla 152.</b> Preferencia de los verbos por el tipo de discurso.....	469
<b>Tabla 153.</b> Relación entre las funciones del lenguaje, las variables del registro y los rasgos del estilo analizados a partir de las relaciones lógico-semánticas.....	474
<b>Tabla 154.</b> Perfil del medio y estilo periodístico .....	488
<b>Figura 1.</b> Ejemplo de anotación del corpus mediante <i>Hispal Parser</i> .....	134
<b>Figura 2.</b> Ejemplo de codificación del corpus.....	135
<b>Figura 3.</b> Búsqueda de los elementos de la elaboración paratáctica.....	181
<b>Figura 4.</b> Búsqueda de los elementos de la elaboración hipotáctica.....	181
<b>Figura 5.</b> Exposición + ejemplificación en la temática económica. Datos en FN.....	195
<b>Figura 6.</b> Esquemas sintáctico-semánticos (ADESSE).....	345



## INTRODUCCIÓN

### I. Motivación y estructura de la tesis

Este trabajo es el resultado de una inquietud que empieza a gestarse hace casi dos décadas, cuando tuve que tomar una importante decisión personal: elegir entre estudiar Periodismo o Filología Hispánica. Resuenan aún en mi cabeza las palabras de mi profesor de Lengua y Literatura en Bachillerato, José Carlos Díaz, allá por el año 2003, aconsejándome al respecto: de su discurso, *investigación* y *docencia* se me grabaron a fuego. Dejé decidir al azar y estudié Periodismo en la Universidad de Valencia, donde profesoras como Dolors Palau, Virginia González o Milagros Aleza empezaron a despertar en mí el interés por la lengua escrita en los medios de comunicación. Tras acabar la carrera en el 2008 y empezar a trabajar en varios medios de información impresa, en el año 2011 volví a la Universidad de Valencia. En fin de semana escribía en un periódico local, mientras que entre semana cursaba el Máster en Estudios Hispánicos en la especialidad de Español para Fines Específicos. Allí aprendí sobre los corpus textuales y los programas de concordancias con la profesora Julia Sanmartín; Marta Albelda me enseñó a analizar la lengua en los medios de comunicación, y Milagros Aleza tutorizó mi primer acercamiento al lenguaje en la prensa con un programa de concordancias, en aquel momento, el *AntConc*. Estos años de aprendizajes en metodologías de investigación de la lengua fueron fundamentales en el 2013, cuando decidí realizar el Máster de Profesorado de Secundaria y Bachillerato en la especialidad de Lengua y Literatura Española en la Universitat Jaume I de Castellón. Fue entonces cuando mi profesor de didáctica de la lengua oral y escrita y tutor de mi TFM sobre la aplicación didáctica del género periodístico de la entrevista, Javier Vellón, me dio a conocer el Programa de Doctorado de Lenguas Aplicadas, Literatura y Traducción del cual forma parte este trabajo.

El interés, pues, por la lengua y, en especial, por la lengua en los medios de comunicación ha estado siempre presente y, por eso, el estudio que aquí se presenta supone cerrar el círculo que abrió aquel profesor de Bachillerato, pues si la *docencia* la aplico todos los días en el aula, aquí pongo en práctica, sobre este papel, una contribución a la *investigación* de la lengua española, que se nutre de otros aspectos de mi formación, que, si no ocupan un lugar central, sí que vertebran la continuidad en el aprendizaje de los

fundamentos metodológicos: los recursos de las TIC en la investigación; el enfoque comunicativo y funcionalista de la lengua; el modelo de análisis cuantitativo y cualitativo.

En lo que respecta a la estructura de la tesis, en primer lugar, se exponen el tema, los objetivos y la justificación de esta investigación: aportar al ámbito del análisis del discurso de la prensa una metodología válida para definir y delimitar el concepto de *estilos periodísticos* en las distintas modalidades de prensa española.

El siguiente epígrafe demarca las hipótesis planteadas para la investigación, que giran en torno a tres ejes fundamentales: el marco teórico tomado como base del estudio, la metodología empleada y los resultados esperables de la relación entre estos dos elementos.

La tesis se divide en dos grandes bloques. En el primero se exponen los conceptos teóricos y metodológicos. Así, el Capítulo 1 está dedicado al marco teórico lingüístico. Por un lado, se atiende a los postulados de la lingüística sistémico-funcional y a dos nociones clave en este estudio: el *registro* y su vinculación con los elementos del contexto, esto es, el campo, el modo y el tenor; y la *función de la lengua* en sus tres vertientes: ideacional, textual e interpersonal. Asimismo, se revisa la evolución de la teoría desde sus inicios hasta la actualidad, con el fin de adecuarla como una opción efectiva para el análisis propuesto. Por otro lado, esta sección también se destina a otra teoría lingüística fundamental para entender la noticia como género en el marco de las tipologías textuales: la lingüística textual. Por último, el apartado finaliza con los elementos de análisis de este trabajo: primero, se toman en consideración las distintas perspectivas sobre las relaciones del discurso, para finalmente centrarnos en las relaciones lógico-semánticas propuestas por M.A.K. Halliday.

En el segundo capítulo se profundiza en el objeto de estudio: la noticia periodística. A partir de las aproximaciones teóricas realizadas desde la lingüística textual, se establece el patrón discursivo de la noticia y se analiza su relación con los rasgos del registro que lo tipifican como género. Asimismo, ya desde el marco de las teorías propiamente periodísticas, se plantean las diferentes clasificaciones formuladas sobre la noticia y su estructura y se profundiza en el concepto de *estilo*. El capítulo acaba con un acercamiento a los dos modelos de prensa analizados en este trabajo: la prensa generalista y la prensa especializada en deportes y en economía.

El último capítulo del primer bloque, el Capítulo 3, trata sobre la metodología empleada para el estudio, cuantitativo y cualitativo, de los elementos de relación lógico-semántica. Por una parte, se explica el sistema de análisis, implementado a través del programa de concordancias *Wordsmith Tools* y, por otra, se describe el corpus de estudio, las condiciones de su compilación y su funcionalidad según sus características. A este respecto, también se justifica el uso del corpus etiquetado y codificado.

El segundo bloque de la tesis constituye la aportación a la investigación sobre el género de la noticia, que pretende adquirir carácter didáctico. Esta parte se divide en dos capítulos: en el primero, se analizan las relaciones lógico-semánticas de expansión, mientras que el segundo trata las relaciones de proyección. Así, en el Capítulo 4 se explican las implicaciones de la elaboración, de la extensión y de la ampliación en la configuración de los estilos periodísticos. Se analiza y se verifica su relación con aspectos que intervienen en la fijación del estilo de la noticia en sus distintas variedades: la modalización, el grado de certeza, la relación de distancia o proximidad, la didacticidad, el entretenimiento, la narratividad, las marcas de oralidad, la profundización, la complejidad o la simplicidad textual. Por su parte, en el Capítulo 5 se desgranar los datos obtenidos en el análisis de verbos de proceso mental y de locución verbal y su papel, como verbos introductores de cita, en la caracterización del estilo. Ambos capítulos se cierran con sendas discusiones acerca de los resultados obtenidos.

Las conclusiones generales se desarrollan en el Capítulo 6. En ellas se examinan y se aclaran las hipótesis iniciales de la investigación, y se confirman o se rechazan, según los resultados del análisis cuantitativo. Asimismo, también se exponen los alcances y las limitaciones de la investigación.

En el Capítulo 7 se presenta la bibliografía, donde se referencian todas las publicaciones, estudios, libros y artículos consultados para realizar este trabajo. Finalmente, se adjuntan dos anexos: uno digital y otro impreso. El anexo digital lo conforman los archivos digitales siguientes:

- a) Los archivos de texto con el corpus crudo (solo con los metadatos etiquetados) de las diez cabeceras analizadas.
- b) Los archivos de texto con el corpus etiquetado de las diez cabeceras analizadas.
- c) Las listas de concordancias en formato excel de todas las búsquedas realizadas.

El anexo impreso que acompaña este estudio contiene las tablas de análisis íntegras, utilizadas para realizar las tablas comparativas que aparecen en el cuerpo de la tesis.

## II. Tema, objetivos y justificación

El tema de esta tesis doctoral es la textualidad de la noticia periodística escrita en formato analógico, es decir, en medios impresos. El estudio se ha llevado a cabo desde la vertiente gramatical y semántica. De esta manera, existe una vocación clara: estudiar el discurso periodístico tomando como base una fundamentación teórico-metodológica lingüística. Para justificar esta línea de investigación, es necesario, en primer lugar, hacer una reflexión acerca del término *textualidad*. ¿Cuáles son las propuestas de la lingüística para definir este concepto? ¿A qué nos referimos con *textualidad* en este trabajo? ¿Cómo se relaciona este término con el concepto de *estilo* en el discurso periodístico?

En la presente investigación el concepto de *textualidad* –término abstracto que designa la cualidad de textual– pretende aglutinar la caracterización del texto de la lingüística sistémico-funcional, de autores como Halliday y Hasan (1976), y la de la lingüística textual, con las aportaciones de teóricos como Schmidt (1977) o Beaugrande (2000).

Los primeros hablan de *textura*, un término que sirve «to express the property of being a text» (Halliday y Hasan, 1976: 2). Para estos autores, las relaciones cohesivas entre los elementos del texto son las que dan textura, pero también influyen las relaciones del texto con la situación de comunicación –con los valores particulares del campo, modo y tenor. *Cohesión* y *registro* son, así, las propiedades principales de la textura: «the concept of cohesion can therefore be usefully supplemented by that of register, since the two together effectively define a text» (1976: 23).

Para uno de los principales representantes de la lingüística textual, Schmidt, la *textualidad* es «el modo de manifestación universal y social que se usa en todas las lenguas para la realización de la comunicación» (1977: 148). Para este autor, la principal propiedad de la textualidad es la coherencia, y la relaciona con el tipo de texto y su propósito social y comunicativo.



En este trabajo, la textualidad, derivada de la noción de *textura* de Halliday y Hasan, se entiende como un entramado de relaciones de diversos tipos, tal y como la definen Calsamiglia y Tusón:

Cualquier unidad de discurso se compone de elementos verbales que están organizados y relacionados entre sí de manera explícita o implícita. Esta organización e interrelación constituye lo que es la textura del discurso [...]. Todos los estudiosos de este entramado coinciden en afirmar que un texto no es solamente una secuencia de oraciones, sino que, a partir de un conjunto de operaciones de diverso orden –trama y urdimbre–, se constituyen como una unidad semántico-pragmática (1999: 217).

En la metáfora utilizada por las autoras, la trama y la urdimbre equivalen a la coherencia y la cohesión. Se trata de un «juego de relaciones», un juego de enlaces semántico-pragmáticos, dispuestos en diversas categorías que se integran unas en otras y cuyo fin es construir el sentido textual. Si para algunos estudiosos la coherencia y la cohesión son fenómenos independientes<sup>1</sup>, para Calsamiglia y Tusón, la cohesión es una parte de la coherencia:

La cohesión es un concepto que se refiere a uno de los fenómenos propios de la coherencia, el de las relaciones particulares y locales que se dan entre elementos lingüísticos, tanto los que remiten unos a otros como los que tienen la función de conectar y organizar. Así, la coherencia, que incluye la cohesión, se puede considerar tanto una propiedad fundamental que da cobertura al conjunto de significaciones del texto como un principio necesario para que un texto sea definido como tal (1999: 222).

Centrándonos, pues, en el objeto de estudio de este trabajo, la noticia escrita, no se puede entender la textualidad de la noticia –esto es, sus propiedades como texto, incluyendo, claro está, la coherencia y la cohesión– sin tener en cuenta el llamado *estilo periodístico*. Esta tesis nace con la pretensión de responder a la concepción de estilo formulada por autores como Chillón (2001), y desterrar así la idea de que existe *el estilo de los periodistas*, tal y como señala el libro de estilo de *El País*, el que les diferencia de los políticos, de los economistas o de los abogados y que aspira a ser «un formato ornamental»

---

<sup>1</sup> Para Beaugrande y Dressler (1997), por ejemplo. Estos autores señalan que la textualidad se manifiesta a partir de siete normas que debe cumplir cualquier texto: cohesión, coherencia, intencionalidad, aceptabilidad, situacionalidad, intertextualidad e informatividad.

(Vellón, 2013a: 171) o un mero precepto de redacción clara, concisa, precisa, fluida y comprensible:

No existe un supuesto estilo característico de la comunicación periodística en su conjunto, sino una muy heterogénea y compleja diversidad de estilos y registros, distintos tanto en lo que hace a su *fisonomía expresiva* como a sus *aptitudes comunicativas*: ¿qué tienen que ver los estilos del redactor de teletipos de agencia y del cronista taurino, del crítico de cine y del informador científico, del reportero de investigación y del columnista de opinión? (Chillón, 2001: 41-42).

En este sentido, la lingüística funcionalista —y su concreción sistémica—, así como la lingüística del texto, son el marco idóneo para alcanzar los objetivos planteados en esta investigación, haciendo eco de lo que Chillón reivindica con el «giro lingüístico»: la investigación de la comunicación periodística debe servirse de las contribuciones de otras disciplinas, como la lingüística, para convertir el periodismo en una verdadera disciplina científica y no ahondar más en la brecha entre el periodismo como saber aplicado y como saber teórico. Así, estos estudios:

Deben sustituir sin ambages los enfoques vigentes, de carácter normativo y preceptivo, por enfoques de tenor analítico y descriptivo, que partan del estudio inductivo de las modalidades realmente existentes —géneros, formatos, estilos y, en fin, los modos diversos de enunciación periodística— (Chillón, 2001: 24).

Por una parte, la lingüística sistémico-funcional, más allá de catalogar los usos del lenguaje como las teorías funcionalistas, también explica el funcionamiento interno del lenguaje como sistema, esto es, el lenguaje como una red de sistemas de opciones para la construcción y la interpretación de significados. Esta definición de sistema permite entender el lenguaje como un recurso:

El hablante emplea estos recursos seleccionando en cada ocasión las opciones que considera más adecuadas a sus necesidades comunicativas. De este modo, las opciones realizadas constituyen una determinada estructura y organizan un texto adecuado a la situación (Ghio y Fernández, 2005: 20).

Su interpretación resulta, pues, útil para analizar el discurso periodístico, como indica Palau (2009: 137):

En el cas dels textos periodístics [...] és imprescindible que l'estudi de l'estil, més enllà de constituir un catàleg o un inventari d'opcions expressives, es vincule amb les funcions que aconsegueix, és a dir,

que s'explique l'ús de la llengua en el context d'una interacció social on es descobrisquen els objectius en els quals incideix. D'aquí la importància de plantejar la pragmaestilística o l'estilística des d'un enfocament sistèmic.

Por otra parte, la lingüística del texto entiende el lenguaje como un «sistema integrado con el conocimiento de los hablantes acerca del mundo y de la sociedad» que debe ser descrito «en términos lingüísticos, cognitivos y sociales» (Beaugrande, 2000: 74). En este caso, el estudio de los estilos periodísticos habrá de abordarse desde la producción, la comprensión textual y como integración de esos modelos cognitivos de contexto, lingüístico-textual y situacional (Franco, 2004).

Así pues, bajo la premisa analítica y descriptiva y tomando en consideración las particularidades que comparten y convergen en ambas teorías<sup>2</sup>, esta tesis doctoral tiene como objetivo dar cuenta del modelo de lenguaje en el género de la noticia escrita impresa, tanto en medios de comunicación generalistas como en especializados (concretamente, prensa deportiva y económica). De esta manera, se estudia el modelo de lenguaje de la noticia impresa, en un momento en el que la tecnología y la aparición de nuevos perfiles de audiencia han hecho replantearse a los medios tradicionales nuevas fórmulas que también se plasman en los modos de escribir de sus periodistas<sup>3</sup>. Por tanto, se pretenden analizar las diferencias y similitudes en el uso de la lengua de los distintos tipos de periódicos y sus secciones, de acuerdo a los heterogéneos y múltiples estilos de sus noticias y su función social.

Si concretamos el tema de esta tesis, se ha tomado como referencia la teoría de Halliday (2014), quien subraya la importancia de la gramática para el análisis de los textos. A este respecto, el discurso periodístico actual se ha estudiado a partir de las relaciones sintácticas y lógico-semánticas que se establecen entre las cláusulas. Las relaciones sintácticas son las que se producen en el marco de la oración (la parataxis y la hipotaxis), mientras que las relaciones lógico-semánticas pueden darse tanto en el nivel oracional como en el textual y tienen que ver con los conectores, los verbos y otros elementos de conexión. Las relaciones lógico-semánticas pueden ser de expansión o de proyección. Por

---

<sup>2</sup> Ciapuscio (2005: 1) aboga por un «diálogo interesuelas», que confronte, compare y extraiga conclusiones que enriquezcan los conocimientos disciplinares.

<sup>3</sup> Sería interesante, para una posterior investigación, realizar una comparativa de las relaciones sintácticas y lógico-semánticas en las noticias tanto de los medios tradicionales como de los digitales, precisamente para comprobar si el cambio de soporte informativo influye en la manera de transmitir la información y en los propósitos del medio.

un lado, en las relaciones de expansión, nos encontramos con los conceptos de elaboración, extensión y ampliación. Por otro lado, las relaciones de proyección hacen referencia a los verbos de pensamiento y de comunicación<sup>4</sup>.

Una investigación de esta índole pensamos que se justifica, en primer lugar, en la medida en que hay actualmente una escasez de trabajos que tratan aspectos sintácticos y semánticos en el lenguaje de los medios. En el análisis del discurso periodístico, hay diversidad de estudios sobre léxico (estudios, por ejemplo, sobre neologismos, extranjerismos, eufemismos, lenguaje sexista, verbos de comunicación, manipulación lingüística, tecnicismos en prensa especializada o la argumentación y las estrategias retóricas y pragmáticas en los medios de comunicación). También hay multitud de investigaciones acerca del estilo informativo, pero la gran mayoría son trabajos normativos que no abordan en profundidad la vertiente gramatical o trabajos descriptivos que abarcan todos los géneros sin indagar demasiado en cada uno de ellos. La investigación propuesta supone una novedad, precisamente porque no hay en la actualidad investigaciones que traten de manera detallada la dimensión gramatical en la noticia.

En segundo lugar, la fundamentación teórico-metodológica propuesta se enmarca en una corriente lingüística que apenas se ha aplicado en el análisis de textos en español. Si la lingüística textual tiene una amplia difusión en el análisis del discurso y, más concretamente, en el discurso periodístico en español, no ocurre lo mismo con la lingüística sistémico-funcional, una disciplina que ha tenido notables repercusiones en la lengua inglesa, debido justamente al interés y procedencia de su impulsor, Michael Halliday, pero que, sin embargo, no ha tenido una incidencia notable en los estudios del español. De esta forma, se pretende demostrar que este paradigma es totalmente válido para analizar textos en lengua española del ámbito periodístico<sup>5</sup>.

En tercer lugar, su interés también recae en el método de trabajo escogido para desarrollar el análisis<sup>6</sup>. Además de que se ha diseñado un corpus formado por textos periodísticos de medios impresos actuales, el sistema de trabajo se ha desarrollado mediante un programa de concordancias, de manera que los resultados obtenidos han sido rigurosos y objetivos. Asimismo, con el corpus anotado se han podido estudiar los

---

<sup>4</sup> Será explicado con detenimiento en el capítulo dedicado al marco teórico.

<sup>5</sup> González Rodríguez realizó un estudio en el año 2003 acerca de la expresión de las relaciones lógico-semánticas en la noticia, pero en periódicos ingleses, corroborando la utilidad de esta teoría.

<sup>6</sup> Será explicado con detalle en el apartado de *Metodología*.

fenómenos gramaticales nombrados más arriba. A este respecto, cabe señalar que, hasta el momento de redacción de este trabajo, no se han documentado estudios en el campo del discurso periodístico que exploten todas las posibilidades de estas herramientas con corpus etiquetados.

### III. Hipótesis planteadas

En un trabajo de investigación como el que se plantea se ha huido del análisis prescriptivo y deductivo a favor del estudio empírico. Se pretende extraer ideas generales, teóricas o conceptuales, mediante el análisis y la descripción de muestras de uso de la lengua, concretamente elementos lexicogramaticales y semánticos, en textos reales (noticias) que pertenecen a un contexto social (periódicos impresos actuales), con una audiencia y una cultura determinadas. Estas observaciones se presentan en las hipótesis generales que aquí proponemos, aunque a lo largo de todo el trabajo se plantean otras más específicas. Todas ellas serán contrastadas mediante las técnicas explicadas en el apartado de metodología. Al mismo tiempo, en las conclusiones generales, revisaremos si su formulación ha sido o no adecuada. De este modo, exponemos dos tipos de hipótesis: unas que tienen que ver con la base teórico-metodológica propuesta y otras que tienen relación con la aplicación de las propuestas teóricas al análisis del discurso periodístico.

Así pues, desde el punto de vista teórico y metodológico, las hipótesis formuladas son las siguientes:

H1. La lingüística sistémico-funcional, aunque se ha aplicado mayoritariamente a la descripción de mecanismos lingüísticos de la lengua inglesa –en este caso vinculados con el ámbito de las relaciones lógico-semánticas y sintácticas–, es un paradigma adecuado para la caracterización de los citados mecanismos en la lengua española.

H2. La propuesta semántica y gramatical de Halliday de las relaciones lógico-semánticas del texto sirve para entender las estructuras lingüísticas de la noticia periodística y, de este modo, demarcar su estilo entre las diferentes opciones del lenguaje.

H3. Las relaciones lógico-semánticas nos ofrecen unas estrategias lingüísticas que funcionan como indicadores de los rasgos del estilo, pues se relacionan con la vertiente explicativa y/o narrativa, la complejidad sintáctica y textual, la modalización, la formalidad y el interés por las fuentes informativas en la noticia.

H4. El estudio del texto a partir de un corpus codificado y etiquetado permite explorar todas las posibilidades lingüísticas y comunicativas. En otras palabras, se puede analizar la noticia, más allá del punto de vista lexicográfico, también desde una perspectiva gramatical y pragmática.

Desde un punto de vista práctico, del análisis de las relaciones lógico-semánticas en la noticia periodística se desprenden las siguientes hipótesis:

H1. El estilo lingüístico del discurso informativo no solo difiere según el género, sino que dentro de un mismo género –en este caso, la noticia– hay distintos estilos, es decir, existen diferentes maneras de comunicar la información, según la temática y el perfil de público a quien va dirigida. Esta premisa general se concreta en las siguientes hipótesis:

H1a. El modelo de periódico (generalista o especializado) determina el tipo de lenguaje empleado en las noticias.

H1aa. El modelo oracional depende del tipo de periódico.

H1ab. Hay diferencias significativas entre el lenguaje de las secciones de deportes y economía de un periódico generalista y el lenguaje de los periódicos deportivos y económicos.

H1ac. Los periódicos económicos tienden al estilo divulgativo de sus contenidos.

H1ad. El estilo de los periódicos deportivos se acerca al polo de la inmediatez comunicativa, mientras que el de los económicos presenta un lenguaje más cohesionado.

H1b. La temática de la noticia determina el tipo de lenguaje empleado.

H1ba. En cada sección se emplea un estilo de lenguaje distinto.

H1bb. Los contenidos de interés humano utilizan un lenguaje más accesible, que implica un menor esfuerzo cognitivo, que las informaciones prototípicas.

H1bc. Los contenidos más afables tienen un nivel de formalidad menor que los contenidos más comprometidos.

H1bd. En las noticias, la información y la interpretación tienen fronteras difusas.

H1bba. Hay carga modal en el uso de ciertos conectores.

H1bbb. Existe modalización en el empleo de los verbos que introducen las declaraciones de las fuentes.

H1bbc. El periodista interviene de forma notable en el proceso de transmisión de la información de la fuente al lector.

H2. El modelo comunicativo está relacionado con objetivos planteados desde las entidades empresariales en las que se inscribe cada medio.

H2a. Los periódicos del mismo grupo de comunicación son coherentes desde un punto de vista gramatical, ya que siguen unos mismos patrones lingüísticos, pues existen políticas de comunicación relacionadas con factores diversos, entre los que se incluye lo ideológico, y que tienen expresión lingüística.

H2b. La ideología y la línea editorial influyen notablemente en el estilo comunicativo del periódico.

H2c. Cada periódico ha consolidado un modelo comunicativo, vinculado con las expectativas de su lector-tipo (caracterizado por una serie de rasgos de índole sociológica y de intereses informativos), que se plasma en el estilo lingüístico y en los fundamentos sobre los que se construye la textualidad informativa.





PRIMERA PARTE:  
MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO



# CAPÍTULO 1.

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

*A register is a semantic concept. It can be defined as a configuration of meanings that are typically associated with a particular situational configuration of field, mode, and tenor.*

MICHAEL HALLIDAY (2004: 27)



## 1.1. TEORÍAS LINGÜÍSTICAS

Para alcanzar los objetivos propuestos en nuestro trabajo, consideramos primordial tener en cuenta, además de los preceptos de la lingüística sistémica relacionados con el registro y la cohesión, los postulados de la lingüística textual, pues si la lingüística sistémica se centra en el análisis del texto como producto, la textual concibe el proceso, aportándole el componente cognitivo. Además, la concepción de coherencia es mucho más amplia para la lingüística textual, ya que la sistémica solo la entiende desde el punto de vista semántico. Finalmente, la lingüística textual aporta las tipologías –modalidades o secuencias– textuales y un marco más completo acerca de los géneros discursivos.

Así, se han tomado en consideración aquellos aspectos que son esenciales para el análisis del corpus y el análisis textual de las relaciones lógico-semánticas (no solo las relaciones que tienen que ver con las conjunciones y con los conectores, sino las que se relacionan con las voces del discurso y las relaciones sintácticas). Su aplicación al estudio de la prensa escrita y su integración en la teoría lingüística sirven de guía para la investigación, cuyos objetivos son la explotación de las posibilidades de las teorías del uso lingüístico, en sus manifestaciones sistémica y textual, con el fin de comprobar la forma en que las relaciones lógico-semánticas y sintácticas se comportan en el lenguaje de la prensa. Los criterios utilizados para el análisis han sido variados y se han destacado aquellos pertinentes en cada caso, pero teniendo en cuenta una premisa: entender la textualidad del género de la noticia escrita, como un entramado de relaciones visto desde la concepción de la cohesión de la lingüística sistémica, pero también desde la idea de coherencia impulsada por la lingüística textual.

### 1.1.1. La lingüística sistémico-funcional

La lingüística sistémico-funcional empieza a estudiarse en Gran Bretaña entre finales de los años 50 y principios de los 60. Uno de sus antecedentes se remonta a los años 30 con la obra del lingüista británico John Rupert Firth, aunque es su alumno, Michael A. K. Halliday, formado como lingüista en la Universidad de Londres, quien desarrolla y extiende la teoría. Muchos de los conceptos de la lingüística funcional de Halliday tienen su fundamentación en otras disciplinas y son muchas las influencias que recibe. De la Escuela

de Londres y su principal representante, J. R. Firth, hereda los conceptos de sistema y estructura. Por otro lado, también tiene puntos de contacto con la Escuela de Praga por su visión de la lengua como función y su reivindicación de la teoría lingüística como ciencia empírica. La importancia del contexto la adquiere del antropólogo Bronislaw Malinowski, para quien la cultura es el factor determinante en el estudio de las lenguas. Del Círculo Lingüístico de Copenhague y su representante más ilustre, Louis Hjelmslev, incorpora la idea de que la lingüística no toma los elementos de la lengua de forma aislada, sino las relaciones entre ellos. También está presente en la teoría de Halliday la base semántica heredada del sociólogo Basil Bernstein. Martín Miguel (1998: 19) ha trabajado los conceptos de la teoría de Halliday en comparación con otras teorías gramaticales y ha recalado también sus similitudes con el estructuralismo de los lingüistas estadounidenses Sidney Lamb o Kenneth Lee Pike:

Su hipótesis estratificada [la de Lamb], junto con la concepción tagmémica de Pike en este sentido, se parece a la de Halliday toda vez que los tres grandes componentes de que consta una lengua están igualmente presentes en el trabajo de Halliday, a saber: un nivel semántico (la semología, en Lamb), un nivel gramatical (que en Halliday incluye también el léxico), y un nivel fonológico.

El valor del lenguaje natural real también lo adquiere Halliday de Pike. Asimismo, han tenido repercusión en el enfoque de Halliday, según Ghio y Fernández (2005: 9), los trabajos de Ruqaiya Hasan<sup>7</sup>, Benjamin Whorf, John Sinclair o William Labov, cuyas aportaciones en el ámbito de la sociolingüística reconoce Halliday en algunos de sus trabajos.

Las revisiones que el propio Halliday ha realizado en su teoría desde los años 80 hasta la segunda década de este siglo<sup>8</sup> dan fe de la evolución de la corriente. De hecho, Martínez Lirola hace hincapié en las diferencias de la lingüística sistémica de los inicios con la más reciente:

---

<sup>7</sup> Es de referencia en el ámbito de la lingüística la obra conjunta de Halliday y Hasan, *Cohesion in English* (1976).

<sup>8</sup> La más reciente edición de *An Introduction to Functional Grammar* es del año 2014 (es la cuarta; la primera es del año 1985; la segunda, de 1994; la tercera, del 2004). Las dos últimas ediciones las ha realizado Halliday conjuntamente con el lingüista seguidor de esta corriente, Christian Matthiessen. Halliday reconoce en el prólogo de la obra del 2004 la necesidad de este trabajo en colaboración por su avanzada edad (falleció en el año 2018). En la anterior edición algunos capítulos se han reescrito, otros se han ampliado y en otros se han puesto en valor conceptos que en las anteriores ediciones estaban relegados a un segundo plano. En la más reciente, se han incorporado muchos más ejemplos y referencias bibliográficas.

Los inicios de lo que hoy conocemos como Gramática Sistemática Funcional se encuentran en un modelo presentado por Halliday en sus primeras publicaciones denominado Teoría de la Escala y la Categoría (*Scale and Category Grammar*), centrado fundamentalmente en la descripción estructural, a diferencia del modelo actual, que tiene un carácter semántico-funcional-social y presenta una relación entre el sistema de la lengua y las funciones de la misma (Martínez Lirola, 2007: 28).

Las principales aplicaciones de este enfoque se han realizado en la lengua inglesa. Aunque el padre de la teoría, Halliday, establece su departamento en la Universidad de Sidney, según los datos de la ISFLA<sup>9</sup> (la *International Systemic Functional Linguistics Association*), los estudios de lingüística sistémica continúan en Gran Bretaña de la mano de Margaret Berry, Dick Hudson, Chris Butler o Robin Fawcett. Geff Thompson o Tom Bartlett pertenecen a la segunda generación de investigadores en lingüística sistémica. Desde Australia, Jim Martin, Joan Rothery o Frances Christie también trabajan desde esta perspectiva. Christian Matthiessen es una de las principales figuras en el campo. Actualmente, la lingüística sistémica se enseña en todo el mundo, y en las aplicaciones de este enfoque a la lengua española, Argentina es el país con más investigadores al respecto.

#### 1.1.1.1. Sistema y función

La lingüística sistémica-funcional tiene en su denominación los dos conceptos que la definen: *sistema* y *función*. En cuanto a la primera noción, para esta teoría, la gramática de una lengua no es un inventario de sus estructuras, sino que está representada por una red estratificada de sistemas de opciones. Halliday y Matthiessen (2014: 26) hablan de cuatro estratos –semántica, léxico-gramática, fonología y fonética–, que se agrupan en dos planos: el plano del contenido y el plano de la expresión. A su vez, estos cuatro niveles están incrustados en su contexto. Esta red estratificada la representa Halliday en un mapa de círculos concéntricos, en cuyo núcleo está la fonética; después está la fonología; en el tercer nivel, la léxico-gramática; en el cuarto, la semántica, y en el aro exterior, el contexto, de manera que se establece entre ellos una «relación jerárquica y constitutiva» (Ghio y Fernández, 2005: 19).

---

<sup>9</sup> Cuenta con una completa página web (<http://www.isfla.org/>) acerca de la teoría, en la que se recoge información sobre su fundación, publicaciones completas, referencias a trabajos sobre la lingüística sistémica, instituciones e investigadores que la estudian o imparten entre sus materias, cursos internacionales, corpus y aplicaciones para su estudio, entre muchos otros interesantes recursos.

Cuando Halliday define su teoría como un enfoque que no cataloga, pretende diferenciarse de las teorías estructuralistas. Tomando como referencia los términos de *relaciones paradigmáticas* y *sintagmáticas* de Ferdinand de Saussure, distingue entre *estructura* y *sistema*:

Structure is the syntagmatic ordering in language: patterns, or regularities, in what goes together with what. System, by contrast, is ordering on the other axis: patterns in what could go instead of what. This is the paradigmatic ordering in language [...]. Any set of alternatives, together with its condition of entry, constitutes a system in this technical sense (Halliday y Matthiessen, 2014: 22).

Aunque reconoce que la estructura es esencial para la descripción de una lengua, esta se interpreta como la forma externa de las opciones sistémicas, no como la característica definitoria de la lengua: «each system — each moment of choice — contributes to the formation of the structure. Of course, there is no suggestion here of conscious choice; the ‘moments’ are analytic steps in the grammar’s construal of meaning» (Halliday y Matthiessen, 2004: 24). Una lengua es, por tanto, un recurso para construir e interpretar significado, y el significado reside en los patrones sistémicos de la elección:

The system network is a theory about language as a resource for making meaning. Each system in the network represents a choice: not a conscious decision made in real time but a set of possible alternatives, like ‘statement/question’ or ‘singular/plural’ or ‘falling tone/rising tone’. These may be semantic, lexicogrammatical or phonological (Halliday, 1994: xxvi).

Como hemos visto, el significado está muy presente en la fundamentación teórica de la lingüística sistémico-funcional; de hecho, esta concibe el lenguaje como «semiótica social» (Halliday, 1978), refiriéndose con ello al estudio del significado en su sentido más general. Desde esta perspectiva, considera el lenguaje como uno entre otros sistemas de significado que, en su conjunto, constituyen la cultura humana (Halliday y Hasan, 1985: 4).

Llegados a este punto, cabe introducir el otro concepto que define a la teoría: la noción de *función*. A diferencia de otras teorías funcionalistas que utilizan *función* como sinónimo de *uso lingüístico*, la lingüística sistémico-funcional vincula la función como uso lingüístico a la función como significado; en otras palabras, interpreta la variación funcional no solo como la variación en el uso del lenguaje, sino más bien como una propiedad del lenguaje en sí mismo y, en particular, del sistema semántico. Por esa razón, propone el concepto de *metafunción*:



We could have called them simply 'functions'; however, there is a long tradition of talking about the functions of language in contexts where 'function' simply means purpose or way of using language, and has no significance for the analysis of language itself [...]. But the systemic analysis shows that functionality is intrinsic to language: that is to say, the entire architecture of language is arranged along functional lines. Language is as it is because of the functions in which it has evolved in the human species. The term 'metafunction' was adopted to suggest that function was an integral component within the overall theory (Halliday y Matthiessen, 2014: 31).

Halliday entiende estas metafunciones como áreas de *significado potencial* (Halliday, 1978). Habla de tres metafunciones que determinan la estructura de la cláusula: la ideacional (que se divide en experiencial y lógica), la interpersonal y la textual. Martínez Lirola define el término como «abstracciones que permiten conectar la lengua con el contexto social en que es utilizada» (2007: 47). La cláusula es, así, una construcción multifuncional que consta de tres líneas multifuncionales de significado: la línea textual, es decir, la cláusula como mensaje; la línea interpersonal o la cláusula como intercambio y la línea ideacional, esto es, la cláusula como representación.

En primer lugar, la función ideacional entiende la cláusula como representación (proceso) y se lleva a cabo por el medio de la transitividad, es decir, «the grammar of processes: actions and events, mental processes and relations. It is that part of grammar which constitutes a theory of 'goings-on'» (Halliday y Matthiessen, 1999: 11). Así, hay diferentes tipos de procesos, según el tipo de verbo: material, conductual, verbal, mental, relacional y existencial. En segundo lugar, la interpersonal entiende la cláusula como intercambio (interacción) y se realiza por medio de la modalidad. Por último, la textual entiende la cláusula como mensaje y se desarrolla por medio del tema.

Halliday y Matthiessen (2014: 650) asocian la metafunción textual de la gramática del inglés con dos componentes que se combinan para crear textualidad (*texture*): el componente estructural y el cohesivo. El primer tipo hace referencia a las relaciones intraoracionales y el segundo tipo a las relaciones interoracionales. Así pues, el componente estructural está compuesto por la estructura de la información (información nueva e información conocida) y por la estructura temática (tema y rema). Por su parte, el componente cohesivo lo forman la conjunción, la referencia, la elipsis, la sustitución y la cohesión léxica. Precisamente, es dentro de la metafunción textual donde Halliday

desarrolla las relaciones lógico-semánticas que tomamos como base para el análisis de este trabajo y que serán desarrolladas más adelante.

#### 1.1.1.2. Contexto y registro

Es evidente la importancia del contexto en el estudio de la gramática para la teoría sistémica. La situación, el entorno en el que el texto surge, es una «construcción sociolingüística teórica» (Halliday, 1978: 145); por ello, Halliday prefiere la noción de *contexto social* o *tipo de situación*. Con ello, se refiere a «aquellas propiedades generales de la situación que funcionan colectivamente como determinantes del texto, en cuanto especifican las configuraciones semánticas que el hablante conformará típicamente en contextos del tipo dado» (Halliday, 1978: 145). De esta manera, el registro puede definirse como la configuración de recursos semánticos que el miembro de una cultura asocia típicamente a un tipo de situación; es el *potencial de significado* asequible en un contexto social dado.

En ese tipo de situación intervienen tres dimensiones: las variables de *campo*, *tenor* y *modo*. El campo se define como el tipo de actividad en que el texto tiene función significativa; el tenor hace referencia a la posición y las relaciones de los participantes. Por último, el modo son los canales modales y retóricos simbólicos que se adoptan:

El campo es la acción social en que el texto está encapsulado; incluye el asunto, como una manifestación especial. El tenor es el conjunto de relaciones de papeles entre los participantes importantes; incluye los niveles de formalidad, como caso particular. El modo es el canal [...], que constituye esencialmente la función que se asigna al lenguaje en la estructura total de la situación; incluye el médium (hablado o escrito), que se explica como una variable funcional. (Halliday, 1978: 145).

Halliday describe el registro como la variedad funcional del lenguaje (2004: 27) y como una variación de tipo semántico:

A register is a semantic concept. It can be defined as a configuration of meanings that are typically associated with a particular situational configuration of field, mode, and tenor. But since it is a configuration of meanings, a register must also, of course, include the expressions, the lexico-grammatical and phonological features, that typically accompany or realize these meanings. And sometimes we find that a particular register also has indexical features, indices in the form of

particular words, particular grammatical signals, or even sometimes phonological signals that have the function of indicating to the participants that this is the register in question (Halliday y Hasan, 1985: 38).

De esta manera, «el campo, el tenor y el modo actúan colectivamente como determinantes del texto mediante su especificación del registro; al mismo tiempo, se asocian sistemáticamente al sistema lingüístico mediante los componentes funcionales de la semántica» (Halliday, 1978: 161). Así, el campo tiene que ver con la función ideacional; el tenor se vincula a la interpersonal y, finalmente, el modo a la textual:

**Tabla 1.** La cláusula como construcción multifuncional (Halliday y Matthiessen, 2014)

Función semántica o línea de significado		Estructura de la cláusula	Sistema léxico-gramatical proyectado	Variable situacional
<i>Ideacional</i>	<i>Experiencial</i>	Como representación de un hecho	Transitividad: procesos participantes y circunstancias	Campo
	<i>Lógica</i>	Por debajo	Grupos y palabras	
		En el mismo nivel	Cláusulas	
		Por encima	Complejo de cláusulas	
<i>Interpersonal</i>		Como intercambio, como un suceso comunicativo entre emisor y receptor	Modalidad: actitud del hablante	Tenor
<i>Textual</i>		Como mensaje, como comunicación	Tema: Componente estructural: tema/remata; información nueva/dada Componente cohesivo: conjunción, elipsis, referencia y cohesión léxica	Modo

### 1.1.1.3. Lenguaje, texto y gramática

En este paradigma semiótico, las nociones de lenguaje y texto vienen determinadas también por esta característica. La noción de sistema permite representar el lenguaje como un recurso para la construcción de significados –«a resource for making meaning» (Halliday y Matthiessen, 2014: 3)–, un conjunto de opciones de que dispone el hablante de cada lengua y que emplea según sus necesidades comunicativas. La lingüística sistémico-funcional sostiene que todos los lenguajes tienen tres funciones fundamentales: representar la experiencia (función ideacional), establecer y habilitar la interacción entre

personas (función interpersonal) y crear un discurso coherente y conectado (función textual).

Partiendo de este punto, el texto se entiende desde varios prismas: por un lado, desde un punto de vista estructural, es una unidad lingüística codificada en complejos de cláusulas u oraciones (y no simplemente compuesta de ellas); por otro lado, desde un punto de vista semántico, es un proceso de elaboración de significado en el contexto. Por tanto, se considera la unidad básica del proceso semántico. Por último, el texto representa una opción: es el producto de la selección en curso en la red de sistemas, compuesta por la semántica, la léxico-gramática, la fonología y la fonética. Un texto es lo que se quiere decir, seleccionado entre una serie total de opciones que constituyen lo que se puede decir; es decir, el texto puede definirse como un *potencial de significado* realizado, esto es, en términos sociolingüísticos, la gama de opciones que es característica de un tipo de situación específico.

Desde el punto de vista de su análisis, la lingüística sistémica aboga por un análisis de los textos desde dos ángulos complementarios: como objeto (*artefact*) y como instrumento (*specimen*) (Halliday y Matthiessen, 2014: 4). En el primer caso, se plantea qué quiere decir el texto y por qué es valorado como tal. En el segundo, visto como instrumento, se pretende conocer lo que el texto revela sobre el sistema de la lengua en la que está inmerso. Hay una reciprocidad de los dos puntos de vista: no se puede explicar lo que quiere decir un texto sin conocer el sistema lingüístico en su conjunto; y al revés, no se puede utilizar el texto como una ventana al sistema a menos que entendamos lo que significa y por qué. Bajo esta perspectiva, la comprensión de la gramática es esencial en el análisis y la interpretación de los textos. Como señala Gutiérrez (2011: 2), «al estar la descripción sistémica basada en las instancias de uso, proporciona un tipo de gramática que marca el paso desde una centralizada o estandarizada a una contextual y descentralizada que considera las variaciones geográficas, sociales y de estilo». Moyano *et al.* (2009: 681) remarca que este paradigma presenta «una visión del lenguaje que propone una relación entre las estructuras gramaticales que los usuarios seleccionan al utilizar el lenguaje y las variables del contexto de cultura y de situación en las que están inmersas». Esta es una de las razones por la que esta teoría resulta interesante para nuestro trabajo. Pero hay más.

#### 1.1.1.4. Complementariedad dialéctica entre teoría y datos

¿Cuál es la utilidad de una teoría como la sistémica? El propio Halliday (1985: xxix-xxx) resalta las cualidades y aplicaciones de su teoría en el análisis lingüístico. Entre sus utilidades, destaca que sirve para comprender la naturaleza y las funciones del lenguaje; también es útil para entender la cualidad de los textos (por qué un texto significa lo que significa y por qué se valora como tal); para comprender las variaciones de la lengua, según el usuario y las funciones que cumple y, por último, es interesante para comprender la relación entre lenguaje y cultura, y entre lenguaje y situación. Como señalan Moyano *et al.* (2009: 686):

La forma de trabajar con los conceptos de LSF [Lingüística Sistémico-Funcional] se basa en la utilización de textos orales y escritos auténticos. Se parte de un todo cohesivo y coherente para luego examinar cómo las partes integran ese todo, analizar la relación entre las mismas y encontrar respuestas al porqué de las elecciones léxico-gramaticales de los autores.

En nuestro caso, la utilidad recae en que mediante el análisis de los dos sistemas que constituyen el marco funcional para describir el complejo de cláusula –el táctico y el lógico-semántico – podemos llegar a entender cuestiones relacionadas con la complejidad o simplicidad de la escritura periodística, el grado de didacticidad y divulgación en el discurso periodístico, la modalización según el uso de unos verbos u otros en el sistema de la proyección; en definitiva, cuestiones que atañen a la determinación de los diferentes estilos comunicativos de la prensa escrita española actual.

Frente a otras teorías lingüísticas, uno de los aspectos que dan validez a esta corriente es que ofrece una descripción gramatical que aúna una base teórica sólida y una práctica representada por los textos reales, en contraposición a las teorías estructuralistas o a la gramática tradicional. Martínez Lirola (2007: 18) recalca las características de esta teoría que Halliday reivindica en la segunda edición de su obra:

La gramática sistémica no es una gramática estructural ni estructuralista, en el sentido americano del término, pues dichas gramáticas son sintagmáticas. La gramática sistémica, por el contrario, es paradigmática. En general, podemos decir que en este enfoque teórico predomina más lo aplicado que lo puro, lo retórico que lo lógico, lo real que lo ideal, lo funcional que lo formal, el texto más que la oración.

Por su parte, Gutiérrez (2011: 2) habla de las limitaciones que tienen los enfoques de corte deductivo en los que los gramáticos describen la lengua, a partir de ejemplos inventados que no dan cuenta de la variedad implicada en el uso real de los recursos. También son incompletos, para esta autora, los enfoques que, sin una base teórica sólida, se centran únicamente en la descripción de patrones lingüísticos en corpus. Las ventajas de la gramática sistémica tienen que ver precisamente con que contempla las dos potencialidades:

La Gramática Sistémica Funcional es una gramática que tiene un fuerte anclaje en el marco de una teoría acerca del lenguaje, la Lingüística Sistémico-Funcional<sup>10</sup> y que, desde ella, ha construido sus propios métodos para la descripción inductiva de las lenguas [...]. Al tomar esta perspectiva, se espera contribuir al desarrollo de una gramática del español que, sustentada en un sólido andamiaje teórico, se centre en el uso y, en este sentido, contribuya a la descripción multiregistro del español (Gutiérrez, 2011: 2).

Relacionada con esta idea del enfoque teórico-práctico, nos encontramos con otra característica que valoriza la teoría de Halliday: su reivindicación de los corpus textuales. Además de que es una teoría que se apoya en corpus reales<sup>11</sup>, su estudio reclama para su aplicación práctica, como *teoría del uso lingüístico* (Cuenca, 2003a)<sup>12</sup>, el trabajo con corpus. Halliday y Matthiessen (2004: 33-34) consideran que toda descripción de la gramática de una lengua se basa en el texto, entendido como el dato necesario para el análisis textual. Para ello, el corpus es fundamental para teorizar sobre el lenguaje, porque, por un lado, los datos que ofrece son auténticos y, por otro, permite estudiar la gramática en términos cuantitativos. Hablan, así, de una «complementariedad dialéctica» (2004: 35) entre la teoría y los datos. En este sentido, Matthiessen (2012: 436) recalca que la lingüística sistémica nace con el afán de ser una lingüística aplicada con una teoría potente, cuya aplicación es capaz de resolver los problemas que surgen en las comunidades, con la participación tanto de la reflexión como de la acción: «it represents a way of relating theory

---

<sup>10</sup> En este trabajo utilizamos indistintamente los conceptos de gramática sistémico-funcional y lingüística sistémico-funcional para referirnos a la teoría lingüística de Halliday, aunque Matthiessen insiste en que «it is very important to note that Systemic Functional Grammar (SFG) is only one part of Systemic Functional Linguistics» (SFL) (2014: xvi).

<sup>11</sup> Muestra de ello lo vemos en *Halliday's Introduction to Functional Grammar*, la última edición de *An Introduction to Functional Grammar*, que recoge muchos ejemplos extraídos de corpus de textos en inglés, como el *Corpus of Contemporary American English (COCA)*.

<sup>12</sup> Dentro de las teorías del uso lingüístico, es decir, las que intentan «recontextualitzar» la gramàtica i relacionar-la amb l'entorn social en què es desenvolupa i actualitza, amb el món i l'experiència del món, i amb l'ús lingüístic» (Cuenca, 2003a: 2), Cuenca incluye a los modelos funcionalistas, a la semántica formal, a los estudios de pragmática y el análisis del discurso, a la sociolingüística y a la lingüística cognitiva.

and application as complementary pursuits rather than as a thesis-&-antithesis pair destined to be in constant opposition».

### 1.1.2. La lingüística textual

Ya hemos identificado los conceptos básicos de la lingüística sistémico-funcional, como vertiente de lo que se puede denominar *teorías de los usos lingüísticos*. Otra de esas ramas es, justamente, la lingüística textual. Pero esta no es la única cualidad que tienen en común ambas teorías: el texto es, en las dos, la unidad de estudio, de ahí que algunos teóricos clasifiquen a la lingüística sistémica como parte de la lingüística textual (cf. Fernández Smith, 2007). En este sentido, Van Dijk (1979) recalca que el término de *lingüística del texto* no se refiere a una única disciplina, sino que se utiliza para denominar cualquier estudio que tenga como objeto el texto<sup>13</sup>. Para Matthiessen (en comunicación personal), la lingüística sistémico-funcional aporta un enfoque sistémico a la lingüística textual, pero es mucho más que una lingüística aplicada al texto y va más allá del análisis del discurso: «SFL within the general category of applicable linguistics (as opposed to either theoretical or applied linguistics)» (Matthiessen, 2012: 435).

Muchos de los conceptos de la gramática sistémica han sido recogidos (y adaptados) por algunas de las manifestaciones de la gramática del texto. De hecho, Cuenca propone un análisis textual desde esta perspectiva a partir de las propiedades textuales y, en especial, de la cohesión, tomando como referencia la definición de *cohesión* de Halliday y Hasan (1976):

La gramática del texto se ocupa de los mecanismos formales, fundamentalmente gramaticales y léxicos, que hacen que un conjunto de oraciones formen una unidad superior desde un punto de vista semántico y comunicativo. [...] Entendemos la gramática del texto como equivalente a la cohesión o sintaxis textual (que no se contrapone a la sintaxis oracional, sino que la incluye y la supera). Los mecanismos de cohesión [...] manifiestan relaciones que pertenecen al texto como unidad semántica (coherencia o semántica textual) y como unidad comunicativa (adecuación o pragmática textual) (Cuenca, 2010: 11).

---

<sup>13</sup> Van Dijk (1996: 11) también incluye a la lingüística sistémica dentro de este campo.

También Marín (2004: 2) resalta las que, para ella, son las dos principales corrientes de la lingüística del texto. Para esta autora, se puede hablar de una orientación generativista y de otra funcionalista:

Dins dels primers, la gramàtica del text va intentar estendre al text els mètodes aplicats a l'anàlisi oracional. En concret, els treballs de Van Dijk (1977, 1978, 1980a i 1985) plantegen l'estudi d'unitats comunicatives que transcendeixen els límits oracionals per a explicar la macroestructura (o contingut temàtic) i la superestructura (o esquema organitzatiu) dels textos. Per altra part, i des d'una òptica diferent de tall funcionalista, la monografia *Cohesion in English* de Halliday i Hasan (1976), centrada en les relacions gramaticals en el nivell textual, estableix una fita ben rellevant.

La lingüística del texto como disciplina científica empezó a conocerse en el ámbito hispano en los años 80. Una obra fundamental en los inicios de su difusión fue la de Van Dijk (1972, 1980a, 1996)<sup>14</sup>, que trataba sobre «algunos tópicos más específicos, pero fundamentales, de una teoría del discurso» (Van Dijk, 1980a: 19-20). Así, tomaban importancia los conceptos de *conexión*, *coherencia*, *discurso*, *pragmática* y *semántica*. Van Dijk señala que una teoría lingüística del discurso no se ocupa únicamente «de las condiciones generales, morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, que determinan la buena formación, interpretabilidad y adecuación, respectivamente, de cualquier discurso de una lengua particular» (1980a: 34), sino que va más allá de esos aspectos lingüísticos prácticos. Es una base adecuada para estudiar esos aspectos lingüísticos teniendo en cuenta el contexto, los modelos cognitivos y la orientación interdisciplinar de la materia:

Una gramática del texto es una base más adecuada para una relación sistemática con otras teorías del estudio del discurso, como la estilística, la retórica, la poética, el estudio de la narrativa, etc.; una gramática del texto nos da una mejor base lingüística para elaborar modelos cognoscitivos del desarrollo, la producción y la comprensión de la lengua (y por lo tanto del discurso); una gramática del texto proporciona una mejor base para el estudio del discurso y la conversación en el contexto social interaccional e institucional, y para el estudio de tipos de discurso y del uso de la lengua en distintas culturas (Van Dijk, 1996: 19).

De este modo, para la lingüística textual, el texto se puede definir desde diferentes perspectivas. Cuenca lo define teniendo en cuenta varios aspectos. Como Halliday, no ve el

---

<sup>14</sup> Van Dijk empezó a trabajar desde esta perspectiva en los años 70 y fue crucial su obra *Some aspects of Text-grammars* (1972), que ya trataba las aspiraciones de la nueva disciplina. No obstante, el origen de la disciplina se sitúa en la década de los 60 en Alemania.



texto como un simple conjunto de oraciones, sino que es uno o más enunciados interrelacionados entre sí «desde el punto de vista pragmático, semántico y sintáctico» (Cuenca, 2010: 10). También es interesante, en este sentido, la clásica concepción de Bernárdez (1982: 85):

‘Texto’ es la unidad lingüística comunicativa fundamental, producto de la actividad verbal humana, que posee siempre carácter social; está caracterizado por su cierre semántico y comunicativo, así como por su coherencia profunda y superficial, debida a la intención (comunicativa) del hablante de crear un texto íntegro, y a su estructuración mediante dos conjuntos de reglas: las propias del nivel textual y las del sistema de la lengua.

Ya Schmidt (1977) introduce en su definición la vertiente comunicativa y concibe el texto como todo aquello que es lenguaje en forma comunicativa dirigido a un interlocutor. Van Dijk (1996: 20) entiende que es una sucesión coherente de proposiciones, pero también aporta a la definición un matiz que diferencia *texto* de *discurso*: el texto es una construcción teórica que se organiza según unas reglas, mientras que «el discurso es la unidad observacional, es decir, la unidad que interpretamos al ver o escuchar una emisión». Beaugrande y Dressler (1997) definen el texto según el criterio de textualidad. Para estos autores, un texto se manifiesta como tal si se cumplen en él varias características al mismo tiempo: cohesión, coherencia, intencionalidad, aceptabilidad, informatividad, situacionalidad e intertextualidad.

Para concluir este apartado, el objeto de estudio de la lingüística textual, el texto, se ha estudiado desde diferentes ópticas: desde una perspectiva que supera el marco oracional (*macroestructura, superestructura*, Van Dijk, 1996) y que clasifica tipologías textuales (*secuencias textuales*, Adam, 1992; Castellà, 1992); desde una perspectiva cognitiva, se ha estudiado su producción e interpretación (*lingüística cognitiva*, Cuenca y Hilferty, 1999; Cuenca, 2003a; *proceso cognoscitivo*, Van Dijk, 1990b, 1996, 1983; *modelo mental*, Maldonado, 1995; *proceso de autorregulación*, Bernárdez, 1993-1994, 2003); desde una perspectiva comunicativa, se han estudiado las propiedades que lo definen como tal y su relación con el contexto (Beaugrande y Dressler, 1997); y desde una perspectiva integradora que aglutina algunas o todas las anteriores, o que presta atención a diversos moldes de construcción e interpretación de los discursos (Calsamiglia y Tusón, 1999; Coseriu, 2007; Loureda Lamas, 2010 y López Serena, 2011).

### 1.1.2.1. Cohesión y conexión

A este respecto, es necesario realizar una aproximación al concepto de *cohesión* desde la perspectiva de la lingüística textual. Cuenca (2010: 94) distingue varios procedimientos de cohesión que tienen su relación con las otras propiedades textuales. Así pues, la modalización, el discurso citado y los mecanismos de referencia tienen que ver con la adecuación (subjetividad, polifonía y situación de enunciación); la anáfora, la cohesión léxica y la conexión textual se relacionan con la coherencia (con el tema y con la organización de la información.); la conexión intraoracional tiene que ver con la complejidad sintáctica. De esta manera, la textualidad es como una moneda: «la cohesión representa la cara formal, mientras que la cara interpretativa corresponde, según el caso, a la adecuación y a la coherencia» (Cuenca, 2010: 94). La autora se refiere a la textualidad como la relación entre enunciados y secuencias y señala que:

se define por procesos que van más allá de la oración y armoniza aspectos lingüísticos (“textuales” sentido estricto) y no lingüísticos (“contextuales”). Dicho de otro modo, el grado de buena construcción de un texto se puede determinar analizándolo desde tres perspectivas complementarias: la pragmática (adecuación), la semántica (coherencia) y la sintáctica (cohesión). Estas perspectivas corresponden a las tres propiedades del texto (Cuenca, 2010: 11).

La autora habla de conexión, como un único fenómeno que se produce tanto en el rango de la oración como a nivel textual:

Tenint en compte que la connexió en el nivell oracional i en el textual es regeix bàsicament per les mateixes regles sintàctiques, semàntiques i pragmàtiques i que el límit entre clàusula i oració –i en conseqüència, entre connexió oracional i textual– és sovint difícil d'establir, creiem que cal no parlar de dos fenòmens diferenciats –la composició oracional i la connexió textual– sinó d'un mateix fenomen, la connexió, que es manifesta oracionalment (Cuenca, 1989: 102).

En esta diferenciación que hace Cuenca nos encontramos, pues, con dos tipos de conexión. La autora diferencia entre *conexión extraoracional o textual* y *conexión intraoracional o composición oracional*. La primera establece una relación semántico-pragmática, pues entran en juego los denominados «conectores parentéticos» (2003, 2006, 2010). El segundo tipo tiene que ver con las conjunciones (la relación es semántica) y con la coordinación, la subordinación y la interordinación (también establecen una relación sintáctica). Así pues, Cuenca (2010: 65) define la conjunción como «una palabra o locución

invariable que típicamente introduce una cláusula: conecta en el nivel oracional, donde siempre manifiesta una relación estructural tradicionalmente identificada con la coordinación o la subordinación». La conjunción, además del valor estructural, puede adquirir valor cohesivo si introduce una oración independiente:

Si una conjunción introduce una cláusula, un sintagma o un elemento de un sintagma, el resultado es una oración. Si introduce una oración independiente, obtenemos una conexión textual; esta posibilidad, solo la tienen conjunciones como *y* y *pero* [...] y, más esporádicamente, otras como *o*. También funcionan como conectores dentro de la oración compuesta los relativos y los interrogativos, si bien su naturaleza fundamental es pronominal (2010: 65).

Así, la conexión intraoracional o composición oracional tiene lugar si esa relación se da entre dos o más constituyentes de la oración. Esta distinción en el trabajo de Cuenca permite, según Bustos (2013a: 154), establecer eslabones entre la gramática y el análisis del discurso, al vincular las dimensiones intraoracional e extraoracional.

Respecto a los conectores parentéticos, se trata de nexos que, a diferencia de las conjunciones, no establecen relaciones estructurales. Pueden introducir oraciones independientes o párrafos, pero también pueden funcionar dentro de la oración «bé sols –acompanyant un nexa  $\emptyset$ , marcat en l'escrit per una coma, un punt i coma o dos punts–, bé darrere una conjunció» (Cuenca, 2003b: 196):

Els connectors parentètics manifesten relacions semàntiques, a grans trets corresponents a l'addició, la disjunció, el contrast o la conseqüència. A diferència de les conjuncions, tenen caràcter apositiu, adopten una posició variable respecte a l'element en què se situen, es poden combinar amb conjuncions i poden actuar tant dins l'oració (connector oracional) com més enllà de l'oració (connector textual) (Cuenca, 2003b: 198).

De alguna manera, se puede establecer una cierta similitud con las relaciones lógico-semánticas de Halliday. Así, la conexión textual o extraoracional se puede definir como «la relación cohesiva que se establece entre dos oraciones o unidades textuales superiores y un conector, que manifiesta la relación semántico-pragmática que hay entre aquellas» (Cuenca, 2010: 68), de forma que «en el nivell textual, la connexió és sempre anafòrica: l'oració precedida per un connector textual es relaciona semànticament i pragmàticament amb un element previ en el discurs» (Cuenca, 1990: 162).

La misma dirección sigue el trabajo de García Izquierdo (1998: 160), quien señala que hay una diferencia categorial entre las conjunciones y los conectores. Los primeros se actualizan en el ámbito oracional, mientras que los segundos lo hacen en el textual. No obstante, la autora resalta que los conectores pueden descender al ámbito oracional; sin embargo, no se da la situación inversa.

Por su parte, Bustos habla también de conexión y distingue dos tipos de enlaces: los enlaces semánticos y los enlaces de relación discursiva. En los primeros tienen cabida los conectores utilizados para establecer las relaciones lógico-semánticas, mientras que los segundos se definen en términos de los tradicionales ordenadores del discurso, cuya función es mostrar la coherencia estructural en el texto. También se incluyen aquellos que «explicitan relaciones destinadas a garantizar la inteligibilidad textual mediante procedimientos tales como la precisión conceptual y la reformulación» (Bustos, 2013a: 121).

A este respecto, hay que recalcar que cuando Halliday y Hasan (1976) hablan de *conjunción* se refieren a la conexión interoracional. Si tenemos en cuenta que la cohesión es, para los sistémicos, la relación entre oraciones en un texto (1976: 227)<sup>15</sup>, el término se reserva para las relaciones entre dos oraciones independientes en el interior de un texto. Más recientemente y para disipar posibles dudas, en la última edición de *An Introduction to Functional Grammar*, Halliday y Matthiessen (2014: 609) señalan las diferentes denominaciones que han sido propuestas por otros lingüistas para nombrar a las *conjunciones cohesivas*. Destacan las nociones de *marcadores del discurso* o *marcadores pragmáticos*:

Cohesive conjunctions have also been called 'discourse markers', but many other terms have been used as well (e.g. 'discourse particle', 'connective'; and in computational linguistics/natural language processing: 'clue word', 'cue phrase') and the term 'discourse marker' has also been used to include items other than cohesive conjunctions, e.g. textual continuatives but also interpersonal items (see, e.g., Schiffrin, 1987, 2001; Fraser, 2006, and other contributions to Fischer, 2006). Fraser (2006) uses the term 'discourse marker' in the sense of 'conjunction', treating it as a type of 'pragmatic marker'; Schiffrin (1987) uses the term 'discourse marker' in a broader sense. Aijmer & Simon-Vandenberg

---

<sup>15</sup> A diferencia de otros autores como Beaugrande y Dressler (1997: 35), en cuya definición de *cohesión* también incluyen las relaciones intraoracionales: «la cohesión establece las diferentes posibilidades en que pueden *conectarse entre sí dentro de una secuencia* los componentes de la SUPERFICIE TEXTUAL, es decir, las palabras que realmente se escuchan o se leen» (el énfasis es del texto original).

(2009) present different senses of the term 'pragmatic marker', and make the point that in systemic functional linguistics such markers are either interpersonal or textual.

Beaugrande y Dressler (1997) hablan de *junction* para referirse a la cohesión conjuntiva (*conjunctive cohesion*). Se trata de marcadores (como *y*, *sin embargo*, *porque*) que señalan relaciones conceptuales y lógicas entre cláusulas, oraciones y párrafos. Estos autores distinguen cuatro tipos de *junction*: *conjunction* (relaciones con *y*), *subordination* (relaciones con *porque*), *disjunction* (relaciones con *o*) y *contrajunction* (relaciones con *pero*).

Van Dijk (1979: 449) también establece una distinción en la que incluye el término *pragmático*. Así, diferencia entre conectores pragmáticos y semánticos. Los pragmáticos tienen que ver con las relaciones explícitas entre los actos de habla en segmentos más amplios que la proposición, mientras que los semánticos son los que expresan relaciones entre proposiciones y representan relaciones entre hechos denotados. Sin embargo, resalta el autor que en los primeros subyacen restos de su significado semántico.

#### 1.1.2.2. El concepto de coherencia y el componente cognitivo

No son pocos los lingüistas que advierten de las discrepancias que hay para definir la *coherencia*. González Pérez (2003: 25) afirma que la coherencia se ha estudiado principalmente desde tres posturas: como fenómeno lingüístico y definida como propiedad semántica del texto (en relación con la cohesión textual o como producto de la progresión temática de un texto); como externa al texto, en relación con el contexto y el receptor que interpreta el mensaje; o dentro del saber elocucional, como técnica universal para conseguir la congruencia discursiva. La autora defiende una definición que parte del componente lingüístico y que considera a la coherencia como un fenómeno independiente de la cohesión, aunque, tomando como referencia el concepto de *cohesive harmony* de Hasan (1984), señala que «la existencia de armonía cohesiva [...] ayuda a conseguir esa coherencia» (González Pérez, 2003: 26). El contexto no es decisivo para la coherencia, aunque ayude a la interpretación de los textos: «ha de buscarse la coherencia dentro de los textos mismos, para evitar que se considere cualquier interpretación o producción como posible, por extrañas que estas parezcan» (González Pérez, 2003: 26).

Otros autores dan cuenta de la difícil distinción, a veces confusión, con el término de *cohesión*. Una de las razones de esta situación es debida, según Renkema (2009: 10), a que ambos fenómenos se manifiestan en la conectividad:

I refer with the term connectivity as a cover term for cohesion and coherence. These last terms, however, are used in an overwhelming variety of meanings, often without making clear distinctions. In my approach, cohesion refers to those phenomena physically present in a discourse which establish its internal ties, e. g., children in one clause and they in another. Coherence refers to the results of the mental activities a reader has to process in order to derive a meaning from contiguous sentences, e.g., a causal relationship between two sentences in which the connective 'because' does not occur.

Es decir, para Renkema, la cohesión se basa en la vinculación de elementos verbales en un discurso. Así, la interpretación de un componente desde este aspecto depende de otro elemento del discurso. Sin embargo, la coherencia se basa en la vinculación de las actividades mentales de un oyente o lector, y la interpretación de un componente desde este mecanismo depende del conocimiento impulsado por la información contenida en el discurso. Esta concepción no difiere en exceso de otras, como la que ya estableció Adam (1992). En su definición, la coherencia es el producto de una actividad interpretativa (Adam, 1992: 22):

La cohérence n'est pas une propriété linguistique des énoncés, mais le produit d'une activité interprétative. L'interprétant prête a priori sens et signification aux énoncés et ne formule généralement un jugement d'incohérence qu'en tout dernier ressort. Le jugement de cohérence est rendu possible par la découverte d'(au moins) une visée illocutoire du texte ou de la séquence, visée qui permet d'établir des liens entre des énoncés manquant éventuellement de connexité et/ou de cohésion et/ou de progression.

Bernárdez (2003: 1) se refiere a la coherencia textual en términos de proceso de actividad conjunta de los participantes, por lo que también le aporta el matiz cognitivo: «el significado no es 'transmitido' por el productor e interpretado por el receptor, sino que es construido colectivamente»; de ahí que él hable de la coherencia como un «proceso de autorregulación» (Bernárdez, 1993-1994), cuya característica principal es que es una propiedad dinámica de los textos.

En la controversia entre los conceptos de *coherencia* y *cohesión*, Van Dijk (1996: 11) señala que el concepto de cohesión de Halliday y Hasan (1976) equivale al suyo de la

coherencia. Para ellos, la cohesión dentro de un texto no depende de las relaciones estructurales entre sus constituyentes, sino de las relaciones no estructurales, es decir, de las relaciones semánticas:

The grammar construes structural units up to the rank of the clause complex (which is what lies behind the sentence of written English); there it stops. But although the grammar stops here, the semantics does not: the basic semantic unit is the text [...] which can be as long as a novel, an epic, or a treatise. So the grammar provides other, non-structural resources for managing the flow of discourse: for creating semantic links across sentences –or rather, semantic links that work equally well either within or across sentences. These latter are referred to collectively under the name of cohesion. (Halliday & Matthiessen, 2014: 114).

En consonancia, pues, con la definición hallidayana de *cohesión*, para Van Dijk la coherencia es la propiedad semántica de los textos. Pero hace distintas aproximaciones a la noción. En una primera interpretación, distingue entre *coherencia local o lineal y global*. La primera se define en términos de las relaciones semánticas entre oraciones individuales de la secuencia (*microestructura*), mientras que la global es la que caracteriza el texto como un todo (*macroestructura*). Pero también habla de *coherencia pragmática*, definida según los actos de habla en un contexto determinado. A estos tres conceptos de coherencia, el lingüista añade el componente cognitivo, ya que «la coherencia textual depende de la interpretación semántica y pragmática asignada por un lector oyente» (1996: 26).

Esta orientación sigue el análisis de Maldonado (1995), quien critica la coherencia gramatical y la proposicional y aboga por una *coherencia cognitiva*. Su propuesta hace, pues, una diferenciación entre la coherencia interna (la que se establece por criterios internos del texto) y la externa (determinada por el lector o el oyente), para demostrar cuál es, a su juicio, el mejor criterio para lograr la textualidad. Para este autor, la coherencia gramatical equivale a la cohesión, definida como «las relaciones gramaticales existentes entre las unidades presentes en la superficie textual» (1995: 165), mientras que la proposicional la identifica con las interrelaciones entre proposiciones. Pero ni una ni la otra son suficientes para explicar la textualidad, ya que «para su adecuada explicación será necesario superar la perspectiva intratextual y lineal y recurrir a criterios extralingüísticos y temáticos» (1995: 168). Así pues, para Maldonado (1995: 183),

la coherencia se configura como el conjunto de las relaciones de sentido que el receptor asigna a un texto, a partir de la integración de la materialidad textual y de las características de la situación de comunicación en sus estructuras de saber, o sea, como resultado último de la constitución y especificación de un *modelo mental* del texto.

En este sentido, el componente cognitivo está presente en muchas de las definiciones del término *coherencia*, pero trasciende a la propia interpretación de la lingüística textual, cuando estudia el texto desde el punto de vista cognitivo. Como señala Cuenca (2003a: 2), la lingüística cognitiva tiene como objetivo interrelacionar tres aspectos del lenguaje que las gramáticas estructuralistas y las generativas han estudiado parcialmente. Si el estructuralismo se centra en la lengua como sistema social y el generativismo en la lengua como competencia (sistema individual), lo que hace la lingüística cognitiva es relacionar el sistema social y el individual con la actividad (que también es individual). Cuenca despliega una definición triangular del contexto: el *contexto social* (sociolingüística), el *contexto cognitivo* (la relación entre el significado y la experiencia) y el *contexto situacional* (la pragmática, el uso lingüístico) son los tres ejes de estudio de la lingüística cognitiva, en la que «la gramàtica, la pragmàtica i la cognició s'interrelacionen en l'ús lingüístic» (2003a: 7). Así pues, desde este punto de vista, el factor cognitivo se relaciona con las capacidades para la producción y la interpretación de los textos, según la experiencia del emisor y del receptor y teniendo en cuenta las condiciones pragmáticas y sociales que regulan esa producción e interpretación del texto.

### 1.1.2.3. Pragmática y semántica

La relación entre semántica y pragmática va más allá de las definiciones de *conector* y *coherencia*: está imbricada en el fondo de las dos teorías lingüísticas con distinta intensidad. En la dicotomía propuesta por Van Dijk (1980b) se observan las fronteras difusas que hay entre ambas disciplinas lingüísticas. En palabras de García Izquierdo, la diferencia entre semántica y pragmática para Van Dijk «se explica en términos de análisis de conexión entre proposiciones (semántica) o análisis de conexión entre actos de habla (pragmática) o, si se quiere, análisis de significados frente a análisis de funciones» (García Izquierdo, 1998: 38). En palabras de Van Dijk, «la función semántica de los conectivos es la



de relacionar hechos, mientras que los conectivos pragmáticos relacionan secuencias (o proposiciones)» (1980a: 141).

Para entender las relaciones entre ambas disciplinas, es necesario ver cómo las concibe la perspectiva de la lingüística sistémica, si tenemos en cuenta que tiene a la semántica como su rasgo definitorio. A este respecto, dentro de la lingüística sistémica, encontramos una definición de *semántica* sinónima a lo que se considera *pragmática*:

Systemic semantics includes what is usually called 'pragmatics'. Semantics is divided into three components: Ideational Semantics (the propositional content); Interpersonal Semantics (concerned with speech-function, exchange structure, expression of attitude, etc.); Textual Semantics (how the text is structured as a message, e.g., theme-structure, given/new, rhetorical structure, etc. (ISFLA, en línea).

Y es que, aunque en la obra de Halliday no aparece el término *pragmática*, varios autores identifican sus conceptos con esta disciplina, como indica Martín Miguel (1998: 136):

Si reemplazamos el término 'pragmática' por el de 'semántica del texto', el interés de Halliday por lo que otros denominan 'pragmática' es claro: la forma y la función de una expresión lingüística dependen del contexto. El contexto de una expresión es en parte textual, en parte situacional y en parte cultural. Precisamente lo que otros lingüistas denominan 'pragmática' se ocupa de caracterizar y mostrar el modo en que la forma y la función de un signo lingüístico dependen del contexto en que se emite (Bartsch & Vennemann 1975a: 10-11). La GSF sigue esta línea.

Así lo recalca también García Izquierdo (1998: 38):

M. A. K. Halliday y R. Hasan, aunque no utilizan el término *pragmática*, sí que consideran fundamental la relación de la coherencia con el contexto de situación que [...] es una noción fundamental en cualquier tipo de consideración pragmática. Por tanto, pensamos que es lícito suponer que también en este caso la pragmática juega un papel importante.

Por su parte, uno de los principales críticos de la lingüística sistémica, el funcionalista Christopher Butler (2003: 162) alude a las dos razones de Halliday para no hacer distinción entre semántica y pragmática: por un lado, en el término *pragmática* están impregnados conceptos que forman parte del bagaje de los enfoques filosóficos, algo que contrasta con su postura más sociológica. Por otro lado, todos los significados lingüísticos

son de un mismo tipo (*inter-organism kind*) y, por tanto, no es necesario distinguir entre lo que una palabra o frase significa (significado semántico) y lo que el hablante quiere decir con esa palabra o frase (significado pragmático).

Son interesantes las reflexiones de Halliday y Matthiessen en una de sus obras sobre el significado. Para los autores (1999: 12), no hay una separación del componente pragmático en su marco interpretativo: «in semantics we would not want to separate the system from its instantiation in text. In this aspect, pragmatics appears as another name for the semantics of instances». Y, además, entienden que el término «has served as an alternative term for the interpersonal and textual domains of semantics» (1999: 12). Más concretamente, Matthiessen (en Hernández, 2000: 253) hace un símil con la gramática funcional de Dik y señala que lo que ellos llaman *semántica* se corresponde con la función ideacional (la léxico-gramática experiencial, más concretamente) y lo que ellos denominan *pragmática* se identifica con la función textual (la léxico-gramática textual). En este caso concreto, la función interpersonal ocupa un segundo plano en el trabajo léxico-gramatical de Dik.

Otro autor sistémico, Martin, siguiendo la línea de Halliday y Matthiessen, hace hincapié en que la pragmática no es un estrato independiente de la lengua, sino que está integrada en la fonología, en la gramática y en la semántica y que todos esos niveles juntos son los que proporcionan el sentido: «I think that puts the use of language at a level of abstraction that is too far away from the phonology and syntax, that is the real heart of language» (en Hernández, 2000: 248). Otra crítica de Martin tiene que ver con el hecho de que la pragmática, entendida como modelo formal, se centra demasiado en la oración.

Hemos visto cómo entienden el término *pragmática* los autores sistémicos. Para otros autores, los que trabajan desde la perspectiva de la lingüística textual, pragmática y semántica son disciplinas independientes. Pero, además, Van Dijk reconoce que su pragmática trasciende la definición de estudio general del *uso* de la lengua:

A diferencia de muchos investigadores, trabajo con un concepto algo restringido de la pragmática, como el estudio de los actos de habla y de las secuencias de actos de habla. Mientras que la sintaxis tiene que ver con las *formas*, la semántica con los *significados* y la *referencia*, la pragmática tiene que ver con la *acción*. Y mientras que la sintaxis proporciona reglas para la forma correcta de las oraciones, y la semántica las condiciones de sentido, de referencia y de coherencia, la pragmática formula las

condiciones de la *adecuación* de las elocuciones definidas como actos (de habla). (Van Dijk, 2006: en línea).

Escandell (1996: 38) diferencia entre contenido semántico y pragmático y, por ende, considera a la semántica y a la pragmática materias distintas. La autora recalca que toda oración tiene dos significados: un significado gobernado por las reglas del sistema y que solo admite explicaciones formales (este sería el semántico), y otro significado (el pragmático) que no tiene que ver con reglas y que relaciona el significado gramatical con el emisor, el destinatario y la situación en que sucede el intercambio comunicativo:

Desde este punto de vista, podemos decir que la pragmática se ocupará del estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, entendido como el estudio de todos aquellos aspectos del significado que, por depender de factores situacionales, quedan fuera del ámbito de la teoría semántica (es decir, de los significados convencionales) (Escandell, 1996: 39).

En este sentido, en el marco del análisis textual del discurso, Bueno (2000: 6) considera que los dos planteamientos son complementarios y «contribuyen a dar una visión más completa del significado». De hecho, Bernárdez (1982: 20) da cuenta de que la lingüística del texto surge «como lingüística decididamente semántica y pragmática».

En la diferenciación entre los conceptos de semántica y pragmática, entran en juego dos propiedades textuales que la lingüística sistémica no concibe, al menos con la misma terminología: la coherencia y la adecuación, conceptos fundamentales para la lingüística del texto. Para una de sus representantes, Cuenca (2010: 11), la gramática textual tiene mucho de ambas disciplinas:

La textualidad se define por procesos que van más allá de la oración y armoniza aspectos lingüísticos (“textuales” sentido estricto) y no lingüísticos (“contextuales”). Dicho de otro modo, el grado de buena construcción de un texto se puede determinar analizándolo desde tres perspectivas complementarias: la pragmática (adecuación), la semántica (coherencia) y la sintáctica (cohesión).

#### 1.1.2.4. *La intención comunicativa: retórica y modalización*

La pragmática y la semántica mantienen una relación estrecha con una disciplina que también tiene que ver con los usos lingüísticos, en particular, con un factor que toma importancia en la lengua en uso: la intención comunicativa. Estamos hablando de la retórica, precedente de las teorías lingüísticas que se ocupan del estudio del uso lingüístico.

De hecho, la lingüística del texto, el análisis del discurso o la pragmática conciben en sus concepciones teóricas aspectos que tienen mucho que ver con la capacidad de convencer mediante la palabra. A este respecto, el lenguaje periodístico no está exento de recursos persuasivos:

Leemos la prensa para estar al día de lo que sucede a nuestro alrededor... Y estamos afectados permanentemente por enunciados de todo tipo en todo tipo de medios. De esta manera, los mensajes que buscan persuadirnos, de modo patente o encubierto, van adquiriendo cada vez más presencia en nuestra vida, a la vez que contribuyendo a condicionar –y a construir– nuestra percepción de la realidad. Y si el lenguaje nunca es objetivo, lo es mucho menos en aquellas dimensiones de la comunicación cuya finalidad es convencer al receptor de la bondad de algo, sean personas, productos o ideas (Escribano, 2009: 8).

En el marco que nos ocupa, nos encontramos con varios factores que se relacionan con la modalización como acto retórico, que indica la actitud del autor respecto al interlocutor y el contexto. Así pues, es necesario tener en cuenta la retórica en nuestro análisis, ya que esta se manifiesta a través de diversos mecanismos.

En primer lugar, la utilización del discurso de las fuentes que, en general, procede del discurso oral, es una marca de modalización porque el periodista destaca, con intención o sin ella, las palabras del exterior de su discurso y mediante esa elección se construye el discurso retórico:

La distinción tipográfica de una palabra o expresión por parte del locutor de un discurso, en nuestro caso el locutor periodístico, supone, en líneas generales, una extensión, deliberada o no, del significado, pues junto al –y a veces en lugar del– significado original, existe un significado connotado e implicado (Fernández y Pendones, 1993: 289).

En segundo lugar y sin abandonar el tema de la polifonía en el discurso del periodista, la elección de unos u otros verbos para introducir el estilo directo o indirecto también es una estrategia retórica, como señala Palau (2009: 362):

El periodista sigue distintas estrategias para incluir otras voces en su discurso y, lejos de hacerlo de manera neutra, sin intervenir, reproduciéndolas sin más, a través de esta operación toma posición respecto a las palabras que incorpora. Así pues, introduce estas reflexiones o ideas a través de unos verbos de dicción en los que deja inevitablemente su punto de vista, ya sea para mostrar un matiz crítico, para subrayar que las palabras resulten incómodas a quien las pronuncia o para aportar otras descripciones intencionales.

En la rama textual, algunos autores identifican propósitos premeditados del autor en la posición que ocupan los conectores, pues, como indica García Izquierdo, «la posición del conector responde casi siempre a razones expresivo-estilísticas, relacionadas con el modo en que la información es presentada» (1998: 143). Esta idea se aleja de la de Mauranen (1993: 160), para quien la retórica no es tener un excelente estilo, sino tener credibilidad:

Rhetoric is understood here as persuasive discourse, not as eloquence or exemplary writing. A rhetorically good text is then one which makes its point effectively, and is perceived as having high credibility among target readers, rather than one which exhibits excellent style.

Esta autora, que realizó un estudio contrastivo entre el finés y el inglés centrado en los conectores, remarca que algunas de las características retóricas utilizadas en los textos, en particular aquellas que están por encima del nivel de la oración, como los conectores, se basan en los valores retóricos de cada cultura nativa, que ofrece reglas predeterminadas para aquellos aspectos de la producción de textos que no actúan en el nivel de la consciencia, pero que influyen en las formas de la persuasión (1993: 170).

Para Beaugrande y Dressler, la conexión no sirve únicamente para organizar y presentar el texto, ni para ayudar al receptor a realizar una eficiente recepción del mismo, sino que también puede funcionar «a modo de indicios que restringen y señalan la dirección en que es pertinente procesar la información» (1997: 20) e incluso «sugerir e imponer una determinada interpretación de las secuencias afectadas» (1997: 127). Por otro lado, reconocen el poder del productor textual a la hora de utilizar conectores en sus escritos, frente al uso no explícito de la conexión:

No habría problema alguno en borrar los conectores de la superficie textual [...] con la precaución de añadir ocasionalmente algún signo de puntuación: no habría problema alguno en aceptar la gramaticalidad y la corrección de esos textos. Ahora bien, no cabe la menor duda tampoco de que mediante el uso de los conectores, el productor textual puede ejercer un control sobre el proceso de reconocimiento de activación de las relaciones textuales que han de realizar los receptores (1997: 126).

## 1.2. ELEMENTOS DE ANÁLISIS

### 1.2.1. Las relaciones del discurso: la textualidad desde diferentes enfoques

Si entendemos la textualidad como un entramado de relaciones entre enunciados y secuencias de un texto (Cuenca, 2010: 11), podemos decir que hay múltiples maneras de enfocar la textualidad en un discurso<sup>16</sup>. Las relaciones discursivas se han estudiado en la lingüística desde diferentes perspectivas y reciben nombres distintos según el enfoque que se les aplica. En este trabajo seguimos la concepción sistémica, que describe las relaciones del texto desde dos puntos de vista: las *relaciones tácticas o de interdependencia* y las *relaciones lógico-semánticas* (Halliday y Matthiessen, 2014). Las primeras se entienden en términos de sintaxis, y, por tanto, están limitadas al ámbito oracional, mientras que las segundas se consideran desde el punto de vista de la conexión y, por tanto, de la cohesión tanto oracional como discursiva.

Desde esta misma perspectiva (y también desde el enfoque sistémico), Martin (1992) habla de *relaciones conjuntivas*. Distingue dos tipos: las relaciones internas, que organizan el texto, y las externas, «oriented to what is going on outside the text» (1992: 180). Identifica cuatro relaciones en cada tipo: *aditivas, comparativas, temporales y de consecuencia*. De esta forma, considera que la conjunción puede ser un punto de partida para analizar la estructura de un texto según el género, el registro y la ideología. En palabras de Martin:

Its logico-semantic relations are very sensitive to the staging structure of a genre, not surprisingly since both types of structure have a strong ideational orientation. From the perspective of text in context then, conjunction can be interpreted as the gate-way to the discourse semantics much as the clause is the gate-way mediating relations between discourse semantics and lexicogrammar. It thus is a useful place to start whenever the structure of whole texts is under consideration and an interpretation of their relationship to ideology, genre and register is what is required. (Martin, 1992: 269).

Pero otros autores han estudiado el discurso teniendo en cuenta la coherencia. Es el caso de los lingüistas que trabajan con la *Rhetorical Structure Theory (RST)*, Mann,

---

<sup>16</sup> Nos acogemos al concepto de *discurso* como sinónimo parcial de *texto*. Atendemos a la diferenciación de Van Dijk (1980a), para quien el texto es «la unidad abstracta objeto de análisis» y el discurso su realización concreta, su emisión.

Thompson y Matthiessen)<sup>17</sup>. Su análisis se centra en las *relaciones retóricas* (Mann *et al.*, 1992; Taboada y Mann, 2007; Matthiessen, 2015), que se manifiestan en los propósitos del escritor desde el punto de vista de la organización y presentación del texto. Concretamente, el análisis de Matthiessen, como lingüista sistémico, no se aleja demasiado del de las relaciones lógico-semánticas de Halliday y Hasan. La teoría originariamente habla de relaciones retóricas, pero Matthiessen la ha *sistemizado*, teniendo en consideración a la lingüística sistémico-funcional en su aplicación. De esta manera, como equivalente al sistema táctico de Halliday, Matthiessen distingue entre relaciones multinucleares (serían las paratácticas) y relaciones de núcleo-satélite (corresponden a las hipotácticas). Como relaciones lógico-semánticas retóricas identifica, entre otras, la *ejemplificación*, la *adición*, la *secuencia* o la *circunstancia*.

A este respecto, Halliday y Matthiessen (2014: 584) son conscientes de que las relaciones semánticas también son relaciones retóricas: «the text is organized semantically as a complex of rhetorical relations, and it is these relations that are realized by the combination of conjunction and clause complexing». Para Matthiessen (2015: 10), el texto se estructura semánticamente mediante la contribución de cada una de las metafunciones (ideacional, interpersonal y textual), pero su enfoque centra la organización lógica del texto en términos de la Teoría de la Estructura Retórica.

Otros autores hablan de *relaciones de coherencia*, como Sanders, Spooren y Noordman (1992), quienes entienden que la característica esencial de las relaciones es que establecen coherencia en la representación cognitiva. Hobbs (1985) reconoce las relaciones de coherencia entre segmentos, como una manera de construir una estructura recursiva para entender el discurso como un todo. Bateman y Rondhuis (1997) tienen en cuenta en sus relaciones de coherencia los conceptos de *estratificación* y *metafunción* y la diferencia entre los paradigmas sintagmático y paradigmático. Grimes (1975) establece varios tipos de coherencia en sus *predicados retóricos*. Vera Luján (2012) las llama *relaciones sintácticas discursivas*, y las trata desde el punto de vista de los actos de habla.

---

<sup>17</sup> Los primeros trabajos acerca de la *RST* han recibido críticas, como la de Martin (1992: 262), quien apunta que el análisis de las relaciones discursivas de la *RST* ofrece, por un lado, una estructura retórica demasiado sinóptica y, por otro, concibe el texto como un ente preconcebido, editado y como un producto acabado, mientras que no tiene en cuenta que las relaciones conjuntivas son de naturaleza dinámica.

Gran parte de los lingüistas que estudian estas relaciones las denominan de manera más genérica como *relaciones del discurso*. Knott *et al* (2001) se centran en el concepto de *elaboración*; Asher y Lascarides (2003) y Asher y Vieu (2005) diferencian entre las *relaciones coordinantes* y las *subordinantes* en su *Segmented Discourse Representation Theory*. Garrido (2007) las aborda desde el enfoque de la construcción de discurso y su relación con los marcadores discursivos. Renkema (2009) también adopta esta denominación en su *teoría de la conectividad*, en la que tiene en cuenta nociones de la *RST* y de la lingüística sistémico-funcional. Marcu y Echiavi (2002) sintetizan su análisis en cuatro relaciones principales sin distinción entre la pragmática y la semántica (*contrast, cause-explanation-evidence, condition, elaboration.*) Otro tipo de relaciones discursivas son las relaciones semánticas que establecen, por ejemplo, en los *análisis reticulares del discurso* (Lozares, Martí y Verd, 2002).

## 1.2.2. Las relaciones del discurso desde la lingüística sistémico-funcional

### 1.2.2.1. Relaciones tácticas

Para entender el concepto de *relaciones tácticas*, hay que partir de la definición de *cláusula*. La cláusula es, para la lingüística sistémico-funcional, la unidad básica del discurso. Cada cláusula está constituida por grupos o frases. Su combinación con otra u otras cláusulas origina el complejo de cláusulas. No hay una equivalencia clara con el concepto de oración de la gramática tradicional, pero algunos autores la definen como una unidad de predicación<sup>18</sup>. Los complejos de cláusula se componen, pues, de varias cláusulas que entablan relaciones de interdependencia entre ellas: son las relaciones tácticas, que tienen que ver con la sintaxis, por esta razón, autores como González Rodríguez (2003) y Downing y Locke (2006) las denominan *relaciones sintácticas*. Halliday y Matthiessen (2014: 452) distinguen dos tipos de relaciones: la *relación paratáctica* o *parataxis* y la *relación*

---

<sup>18</sup> Nos parece de interés la interpretación de Castellà al respecto del concepto de cláusula de Halliday: «La definició de clàusula no deu ser fàcil, ja que en una obra com *An Introduction to Functional Grammar*, del mateix autor (1985a), no hi he sabut trobar un paràgraf dedicat a fer-ne una definició curta, i, en canvi, hi ha més de dues-centes pàgines esmerçades a descriure-la. D'altra banda, M.A.K. Halliday no ho especifica en aquest fragment, però en les seves obres acostuma a considerar que hi ha dues o més clàusules en la *compound sentence*, dins de la qual s'estableixen relacions de coordinació i només una en la *complex sentence*, dins de la qual hi ha només inserció o subordinació»(2002: 361). En su trabajo, Castellà entiende la cláusula como: «A la pràctica, com a criteri simplificador, he considerat que hi ha una clàusula allà on hi ha un verb, en forma personal o no —és a dir, el nombre de clàusules de cada text haurà estat igual al nombre de verbs, en una identificació entre la idea de clàusula i la d'estructura predicativa (2002: 362).



*hipotáctica* o *hipotaxis*. Pero las relaciones tácticas también se producen en el interior de la cláusula, estableciendo relaciones de interdependencia entre los grupos (verbales, nominales, preposicionales y adverbiales).

Por un lado, *parataxis* es la vinculación de dos cláusulas o grupos de la misma categoría, es decir, existe una interdependencia lógica entre dos oraciones simples que tienen la misma jerarquía, por tanto, la relación paratáctica es simétrica. Por otro lado, la *hipotaxis* es la unión de dos cláusulas o grupos en situación de desigualdad. Se da una interdependencia lógica entre oraciones simples o sintagmas que tienen diferente jerarquía. El elemento dominante es libre, pero el dependiente no lo es. De este modo, la relación hipotáctica es asimétrica.

Es importante diferenciar las relaciones tácticas de *parataxis* e *hipotaxis* de la *incrustación* (*embedding*, Halliday y Matthiessen, 2014: 127). La incrustación es un mecanismo mediante el cual una cláusula funciona como un constituyente dentro de la estructura de un grupo o sintagma: puede tener función de modificador de un sintagma nominal, de núcleo de un sintagma nominal o de modificador de un sintagma adverbial. La incrustación también se combina con las relaciones lógico-semánticas y puede funcionar semánticamente por expansión o por proyección. En el primer caso, el ejemplo más característico es la oración de relativo especificativa (*defining relative clause*): «a clause functioning as qualifier in the nominal group is referred to as a relative clause; more specifically, as a defining relative clause (in contrast to a non-defining relative clause, which is not embedded but hypotactically dependent)» (Halliday y Matthiessen, 2014: 324). En el segundo caso, la incrustación por proyección se manifiesta en oraciones que funcionan como calificadoras o núcleo de un sintagma nominal relacionado con procesos verbales y mentales (*argument, suggestion, proposal...*)<sup>19</sup>.

A este respecto, Downing y Locke (2006: 272), quienes enfocan el estudio de la gramática del inglés desde algunos de los preceptos de la lingüística sistémica, establecen una distinción más explicativa para referirse a las relaciones sintácticas. Así pues, definen la *complex sentence* como una unidad en la que se pueden establecer relaciones sintácticas de dos tipos: unas se forman con dos oraciones de igual rango (aquí identifican a la

<sup>19</sup> Ghio y Fernández (2005: 75) ejemplifican la incrustación mediante proyección con estas oraciones: procesos verbales: *Su afirmación [de que es así] no me convence* (post-modificador); *Se dice [que es así]* (núcleo); procesos mentales: *Su decisión [de que es así] no me convence* (post-modificador); *Sé [que es así]* (núcleo). Muestras de incrustación serían, pues, además de las oraciones de relativo especificativas, las oraciones subordinadas sustantivas.

coordinación y a la aposición) y las otras están compuestas por oraciones de diferente clase (aquí ubican a las oraciones que denominan *dependientes*). Las cláusulas incrustadas están fuera de su concepción de oración compleja<sup>20</sup>:

‘Complex sentence’ is the term we shall use to refer to a unit consisting minimally of two clauses of equal status, or two clauses of unequal status. Coordinated clauses and those in an appositional relationship have equal status. Dependent clauses have an unequal status with respect to a main clause. Clauses embedded as Adjuncts are constituents of the superordinate clause in which they are embedded (Downing y Locke, 2006: 272).

Aunque *parataxis* e *hipotaxis* se asemejan a los conceptos de *coordinación* y *subordinación*, las concepciones de la lingüística sistémica difieren de esas nociones de la gramática tradicional. Subordinación, por lo general, se ha utilizado para referirse tanto a la hipotaxis como a la incrustación, sin la distinción fundamental entre los dos (Matthiessen y Thompson, 1986). Por lo que respecta a la parataxis, el término no se corresponde con coordinación, ya que abarca, además de la coordinación, la aposición (Halliday y Matthiessen, 2014: 440).

A este respecto, la *Gramática Descriptiva de la Lengua Española* recoge la problemática histórica de la identificación y definición de estos conceptos<sup>21</sup> y deja patente que, a diferencia de la coordinación y de la subordinación, estos parten de un fundamento discursivo:

[...] en la oración existen dos relaciones fundamentales regidas por la implicación semántica: la coordinación no supone implicación de unos elementos respecto a otros, la subordinación se basa en que el elemento dominante implica las características semánticas del dominado. En el discurso, en fin, las relaciones son de tipo más bien pragmático y se manifiestan bajo la forma de parataxis o de hipotaxis, conforme a criterios comunicativos (vinculados a la intencionalidad y a la pertinencia de lo dicho) [...] En principio, los pares conceptuales coordinado-subordinado y paratáctico-hipotáctico son

---

<sup>20</sup> En este trabajo no se ha tenido en cuenta la incrustación ni con expansión ni mediante proyección. Por una parte, porque ni las oraciones sustantivas ni las relativas especificativas son un fenómeno significativo para estudiar en consonancia con los objetivos planteados. De este modo, consideramos que el análisis de estos fenómenos estaría más relacionado con el estilo nominal informativo, que con las relaciones del discurso. Por otro lado, entendemos que su uso y función desde el punto de vista de las relaciones lógico-semánticas no es sintomático del estilo comunicativo de un periódico. Únicamente se han estudiado las oraciones de relativo explicativas, que están incluidas en la elaboración hipotáctica, porque sí que tienen que ver con una de las hipótesis de esta tesis: tienen función comunicativa, relacionada con la vertiente explicativa de la noticia, además de con la posibilidad de insertar informaciones que pueden orientar la interpretación del núcleo nominal que, como antecedente, les sirve de referencia.

<sup>21</sup> López García (en Demonte y Bosque, 1999: 3507-3548) analiza las propiedades gramaticales, semánticas y comunicativas de estos dos conceptos para poder definirlos y diferenciarlos de las concepciones tradicionales de coordinación y subordinación.

independientes, si bien se registra la tendencia a que los primeros miembros de cada par coexistan entre sí, e igualmente la de que lo hagan los segundos, sobre todo por lo que respecta a las relaciones oracionales y discursivas (ya dijimos que la vinculación de la coordinación con la parataxis y la de subordinación con la hipotaxis constituye un tópico de la gramática) (López García, en Demonte y Bosque, 1999: 3518).

En este sentido, otros autores como Garrido (2013: 107) también dejan patente este rasgo discursivo de los conceptos de *parataxis* e *hipotaxis*, como «una manera de tener en cuenta el proceso de construcción de discurso y su resultado desde el punto de vista de su sintaxis»:

Además de la estructura textual accesible o descubierta para los hablantes y lectores, hay una estructura de discurso encubierta pero necesaria para la comprensión, en que las oraciones forman constituyentes organizados jerárquicamente, mediante relaciones simétricas o paratáticas y asimétricas o hipotáticas (2013: 126).

#### 1.2.1.2. Relaciones lógico-semánticas

Los sistemas que constituyen el marco funcional para describir la cláusula y el complejo de cláusula son el *sistema táctico o de interdependencia* y el *sistema lógico-semántico*. Ambos sistemas se combinan, de manera que ocurren simultáneamente dos procedimientos: uno sintáctico y otro semántico. Ya hemos descrito en qué consisten las relaciones tácticas. En el caso de las relaciones lógico-semánticas, su repercusión no solo afecta a la cláusula o a uno o más de sus constituyentes, sino que supera el marco de la oración, de manera que se pueden dar dentro de la oración compuesta, uniendo oraciones simples, y también pueden unir oraciones en un párrafo y párrafos en un texto (Halliday y Matthiessen, 2014: 609).

Para entender el concepto de *sistema lógico-semántico*, hay que hacer referencia a uno de los fenómenos que facilitan la cohesión, la *conjunción* para Halliday –también llamada *conexión* por otros autores–. Entendemos, pues, la *conexión*, en términos de Halliday y Hasan (1976), como la relación lógico-semántica que se establece entre varias unidades de un texto y que asegura su cohesión. Esto es, como hemos visto, uno de los aspectos clave de la definición de *textura* para la lingüística sistémica. Esta describe una gran parte de las relaciones lógico-semánticas dentro de la conjunción. Una conjunción es

una palabra o un grupo de palabras que enlazan (paratáctica o hipotácticamente) una cláusula con otra. En efecto, Halliday y Matthiessen (2014: 621) especifican que la textura se logra, precisamente, a través de las relaciones conjuntivas de este tipo. La conjunción se refiere, así, al «modo en que el escritor crea o expresa las relaciones lógicas entre las partes de un texto», de forma que «la cohesión reside en una relación abstracta entre una proposición y otra» (Martínez Lirola, 2007: 60). Como señala Halliday (2004: 538-539):

The cohesive system of conjunction has evolved as a complementary resource for creating and interpreting text. It provides the resources for marking logico-semantic relationships that obtain between texts spans of varying extent, ranging from clauses within clause complexes to long spans of a paragraph or more. (Halliday, 2004: 538-539).

Desde un punto de vista general, mediante la conjunción, la gramática y el contexto se complementan entre sí en sus contribuciones a la organización semántica del texto. Hay una gran gama de conjunciones, pero se pueden agrupar en dos tipos generales, según el tipo de relación semántica de *expansión*. Esas cláusulas vinculadas entre sí forman complejos de cláusula que se presentan como mensajes textualmente relacionados. Halliday desarrolla un complejo esquema sobre el sistema de la conjunción en inglés (Halliday y Matthiessen, 2014: 612).

Pero las relaciones lógico-semánticas –expansión y proyección– no solo se manifiestan a través de las conjunciones, aunque el grueso esté compuesto por estas. Además, entran en juego otros elementos que son susceptibles de análisis para los objetivos que nos proponemos y que también tienen su relación con el sistema sintáctico (hipotaxis y parataxis). En este sentido, hay que tener en cuenta el criterio semántico: la expansión representa la experiencia, mientras que la proyección está en un orden superior a la experiencia, es decir, «expansion relates phenomena as being of the same order of experience, while projection relates phenomena of one order of experience (the processes of saying and thinking) to phenomena of a higher order (semiotic phenomena –what people say and think)» (Halliday y Matthiessen, 2014: 443).

A este respecto, es interesante la metáfora de la tira cómica que utilizan los autores para explicar ambos fenómenos: la expansión desarrolla horizontalmente el texto mediante la vinculación de las tramas, mientras que la proyección trasciende esa secuencia de eventos con contenido que se dice (*content of saying*) o contenido que se piensa (*content*

*of thinking*). Así, la proyección, que está en un orden superior a la experiencia que se está representando gráficamente, se representa mediante globos y nubes.

Esta perspectiva semántica, ilustrada con el ejemplo de la tira cómica, nos parece idónea para el contexto que estudiamos en este trabajo: mediante procedimientos de expansión, el texto de la noticia se desarrolla teniendo en cuenta los criterios de las *W's*, al mismo tiempo que se incluyen contenidos *externos* a la secuencia de los hechos, mediante el estilo directo y el indirecto. Consideramos, pues, que estas relaciones discursivas, por sus características, se adecuan perfectamente al género de la noticia.

### a) Relaciones por expansión

La *expansión* se define como la relación lógico-semántica en la que la oración secundaria expande el significado de la oración principal. Se puede realizar mediante tres mecanismos: la *elaboración*, la *extensión* y la *ampliación*<sup>22</sup>.

#### Elaboración

En primer lugar, con la *elaboración* (Halliday y Matthiessen, 2014: 462 y sig.), una cláusula elabora el significado de otra especificándola, clarificándola, redefiniéndola o describiéndola. Si se combina con la parataxis, encontramos la aposición y la clarificación. En la clasificación de Halliday, la exposición (*in other words*) y la ejemplificación (*for example*) forman parte de la aposición (*appositive*). En la exposición, la cláusula secundaria reafirma la tesis de la cláusula principal en palabras diferentes, para presentar otro punto de vista o para reforzar el mensaje. En la ejemplificación, la cláusula secundaria desarrolla la tesis de la cláusula primaria de manera más específica, citando un ejemplo real.

Por otro lado, en la clarificación, la cláusula secundaria aclara la tesis de la cláusula principal, apoyándola con algún tipo de comentario explicativo. Nos encontramos conectores de diferentes tipos: *corrective (at least)*, *distractive (by the way)*, *dismissive (anyway)*, *particularizing (in particular)*, *resumptive (to resume)*, *sumative (to sum up)*, *verificative (actually)*.

---

<sup>22</sup> *Enhancement* ha sido traducido a la lengua española por *ampliación* (González Rodríguez, 2003) y por *realce* (Ghio y Fernández, 2005).

En cuanto a la hipotaxis, la combinación de la elaboración con hipotaxis produce oraciones subordinadas de relativo no restrictivas o explicativas. Como señalan Halliday y Matthiessen (2014: 464), la elaboración hipotáctica es una estrategia que implica descripción, ya que se utiliza para introducir en la información de fondo del discurso un comentario explicativo, es decir, una caracterización, una interpretación de algún aspecto de la oración principal o una evaluación.

### Extensión

En segundo lugar, mediante la extensión (Halliday y Matthiessen, 2014: 472 y sig.), una cláusula extiende el significado de otra añadiendo algo nuevo. Lo que se incorpora puede ser en forma de adición, variación o alternancia. La extensión por parataxis equivale a la coordinación tradicional (copulativa, disyuntiva y adversativa). Por un lado, mediante la adición, un proceso es contiguo a otro. No hay implicación (ni causal ni temporal ni de ningún tipo) entre las dos oraciones. Se subdivide en adición positiva (*and*), adición negativa (*nor*) y adición adversativa (*but*). En parataxis, también nos encontramos con otras expresiones como *too, in addition, also, moreover, on the other hand*. Por otro lado, con la variación, una cláusula se presenta en sustitución total o parcial de la otra cláusula. Puede ser de dos tipos: de reemplazo (*instead*) o de sustracción (*except for that*). Finalmente, con la alternancia (*or*) una oración se presenta como alternativa de la otra.

La combinación de extensión con hipotaxis también abarca la adición, la variación y la alternancia, pero con la cláusula que se extiende de tipo dependiente. En comparación con la extensión paratáctica, la hipotáctica es bastante esporádica, de hecho, como señalan Halliday y Matthiessen (2014: 474), en inglés es la menos común de las combinaciones de tipos de expansión con las relaciones tácticas. Además, existen ciertas lagunas en el paradigma (por ejemplo, las relaciones aditivas negativas solo son paratácticas, no hipotácticas). A diferencia de los marcadores de extensión paratáctica, que son prototípicamente de extensión, los marcadores de extensión hipotáctica son de origen variado:

Most of them seem to have been pressed into service from other areas of the grammar – enhancing binders (*while, if in if ... not (... then)*), linkers followed by that (*except that, but [for the fact] that*) and conjunctive prepositions and preposition groups (e.g. *besides, without, apart from, instead of, other*

*than*), and the two additive markers of finite clauses (*while, whereas*) are used both in the sense of 'and' (additive: positive) and in the sense of 'but' (adversative) (Halliday and Matthiessen, 2014: 471).

### Ampliación

En tercer lugar, con la ampliación (Halliday y Matthiessen, 2014: 478) se complementa el significado de la cláusula haciendo referencia a circunstancias de tiempo (*since*), lugar (*where*), manera (*as*), causa (*because*), condición (*if*) o concesión (*while*). La combinación de la ampliación con la parataxis es una coordinación con una característica circunstancial incorporada. Los subtipos más frecuentes en inglés son de tiempo y causa:

The circumstantial feature is typically expressed (a) by the *conjunctions then, so, for, r but, yet, still*; (b) by a conjunction group with *and: and then, and there, and thus, and so, and yet*; or (c) by *and* in combination (d) with a conjunctive [...] such as *at that time, soon afterwards, till then, in that case, in that way*. Note also that some conjunctives, such as *meanwhile, otherwise, therefore, however, nevertheless*, are extending their use in modern spoken English so as to become paratactic structural conjunctions (Halliday and Matthiessen, 2014: 478).

También produce oraciones con conjunciones cohesivas<sup>23</sup>, del estilo de *finalmente, en primer lugar, en segundo lugar, para acabar, etc.*

Con hipotaxis, la ampliación es lo que se conoce en la gramática tradicional como subordinadas adverbiales, aunque en el paradigma de Halliday no se incluyen las circunstancias de finalidad y consecuencia.

Con todo, nos encontramos ante un amplio modelo de relaciones de extensión<sup>24</sup> en el que también se pueden dar ambigüedades porque hay algunas conjunciones que tienen más de un valor. Halliday y Matthiessen dan cuenta de esta situación y señalan que las mismas conjunciones pueden usarse en más de un tipo de expansión. En esos casos concretos, el análisis puede resultar más complejo: «clauses introduced by conjunctive markers with two or more senses can, of course, be difficult to analyse» (2014: 487). Las diferentes manifestaciones de la expansión se dan en textos de todo tipo, pero los

---

<sup>23</sup> Más adelante se explica este concepto con detenimiento.

<sup>24</sup> Halliday y Matthiessen (2014), en su explicación de la extensión hipotáctica, diferencian dos casos que se dan en inglés, según el hecho de que los tiempos verbales sean finitos o no finitos. En el primer caso, los verbos finitos son verbos conjugados del presente y del pasado, que se usan tanto en oraciones principales como en subordinadas. Los no-finitos solo aparecen en las subordinadas y son verbos en forma no personal (infinitivo, *to* + infinitivo; gerundio *-ing-* o participio *-ed*).

diferentes tipos de texto (y registros) favorecen diferentes clases de expansión y también diferentes tipos de manifestación gramatical (2014: 666).

## b) Relaciones por proyección

En la proyección, la cláusula primaria se proyecta en una cláusula secundaria, que se presenta como una locución o como una idea. La cláusula no funciona como una representación de la experiencia no lingüística, sino como representación de una representación lingüística (Halliday y Matthiessen, 2014: 508). Los tipos de proyección se derivan de su combinación con los tipos de procesos verbales y mentales. Así, la proyección puede ser la representación del contenido de una cláusula mental (idea) o la representación del contenido de una cláusula verbal (locución).

Hay tres tipos de proyección: citas, ideas y hechos. La locución verbal y la idea mental se combinan con parataxis en el estilo directo (*quoting*), mientras que lo hacen con hipotaxis en el estilo indirecto (*reporting*). Un tercer tipo de proyección sería el llamado estilo indirecto libre (*free indirect speech*):

In certain kinds of discourse, we find a mode of projection that combines features of quoting and reporting; the projected clause is set up as a reported clause introduced by the binder that but quoting is then introduced at some point in the development of the clause (Halliday y Matthiessen, 2014: 531).

Por otro lado, cuando se proyectan hechos, no hay un proceso de *decir* o *pensar*, sino que es un sustantivo el que funciona como enlace para proyectar la segunda cláusula. Hay cuatro tipos: casos, oportunidades, pruebas y necesidades.

(1) cases (nouns of simple fact) relate to ordinary non-modalized propositions 'it is (the case) that ...'

(2) chances (nouns of modality) relate to modalized propositions 'it may be (the case) that ...'

(3) proofs (nouns of indication) relate to propositions with indications, which are equivalent to caused modalities, 'this proves/implies (i.e. makes it certain/probable) that ...'

[...]

(4) needs (nouns of modulation) relate to proposals, which are inherently modulated –e.g. 'it is necessary for ... to ...'. (Halliday y Matthiessen, 2014: 537,546).

En este trabajo, nos centramos en los dos primeros tipos: las citas y las ideas.



### 1.2.2.3. El concepto de metafunción; tres metafunciones del lenguaje

Las relaciones lógico-semánticas se manifiestan, pues, mediante el sistema de la conjunción, las oraciones de relativo explicativas, el estilo directo y el estilo indirecto. Su uso está determinado por las tres metafunciones del lenguaje y, por tanto, con las tres dimensiones del registro, es decir, campo, tenor y modo:

La metafunción ideacional tiene que ver con la representación de la "realidad" del mundo que nos rodea (quién hace qué a quién, cuándo, dónde, por qué, cómo). La metafunción interpersonal se preocupa de organizar la realidad social de las personas con las cuales interactuamos (haciendo afirmaciones, preguntas, dando órdenes; expresando cuán seguros nos sentimos; diciendo lo que sentimos respecto a las cosas). La tercera metafunción, la textual, tiene la misión de organizar los significados ideacionales e interpersonales en textos coherentes y relevantes a su contexto (qué ponemos primero, qué al final; la forma en que presentamos los personajes y les seguimos la pista con los pronombres; qué dejamos implícito y qué expresamos claramente) (Eggins y Martin, 2003: 3).

Por tanto, las relaciones lógico-semánticas se presentan en la metafunción ideacional<sup>25</sup>. Se trata de relaciones entre significados, en el sentido de representación de contenidos (nuestra experiencia de la realidad externa). Pero en ellas también repercuten las otras dos metafunciones. En la expansión resalta la metafunción textual, mientras que en la proyección predomina la interpersonal (Halliday y Matthiessen, 2014: 676). Por un lado, la interpersonal se manifiesta en la proyección mediante las cláusulas verbales y mentales, en la medida en que el hablante o escritor deja su sello al receptor manifestando actitudes o juicios: «it is a relation between meanings in the sense of representations of the speaker's own 'stamp' on the situation-hic choice of speech role and rhetorical channel, his attitudes, his judgements and the like» (Halliday y Hasan, 1976: 240).

Por otro lado, la metafunción textual se manifiesta en la expansión, sobre todo mediante el sistema de la conjunción, en cuanto que proporciona cohesión<sup>26</sup> y coherencia al texto. Su componente lógico incluye a la cláusula y a sus relaciones para formar complejos de cláusula:

---

<sup>25</sup> No son pocos los autores que ubican a las relaciones-lógico semánticas en la metafunción ideacional, concretamente, en el componente lógico. Así lo hacen, entre otros, Matthiessen (2002), Eggins y Martin (2003), Ghio y Fernández (2005) o Rodríguez Vergara (2015).

<sup>26</sup> Recordemos que las conjunciones forman parte del componente cohesivo de la metafunción textual.

Elaborating, extending and enhancing conjunctions mark relations between semantic domains, i.e. between text segments. These text segments are simultaneously ideational and interpersonal. They construe experience as meaning, e.g. an episode in a narrative or a recount, and they enact roles and relations, e.g. an exchange in a conversation or consultation, or an argument in an exposition. Relations link text segments either in their ideational guise or in their interpersonal guise: they relate either chunks of experience or chunks of interaction (Halliday y Matthiessen, 2014: 611).

Concebimos, por tanto, que las relaciones lógico-semánticas, combinadas con las relaciones sintácticas, ilustran las diferentes variables que pueden darse en un mismo género, como han comprobado los estudios de autores como Matthiessen (2002) o Rodríguez Vergara (2015): «the frequency with which the variables of logico-semantic and taxis types combine depends on the particular register in which they are expressed» (Rodríguez Vergara, 2015: 474). En el contexto periodístico, consideramos que el análisis en el género de la noticia de las relaciones lógico-semánticas, en interacción con las relaciones sintácticas, arrojará resultados acerca de los variados estilos comunicativos de la prensa española escrita actual, así como del modelo de escritura informativa en sus diversas funciones relacionadas con géneros, temáticas, expectativas de recepción, etc.

#### 1.2.2.4. El sistema de la conjunción: alcance y caracterización

Respecto a las unidades que conforman la mayor parte de relaciones lógico-semánticas expuestas por Halliday, las conjunciones, no vamos a hablar aquí con detenimiento de la discusión terminológica entre gramáticos que aún está vigente hoy en día (cf. Loureda y Acín, 2010), ni de su problema de identificación, pero sí queremos destacar aquellas propuestas que tienen puntos en común con la de Halliday y Matthiessen (2014) –que, a su vez, está inspirada en la de Halliday y Hasan (1976)– y de otras que nos parecen indispensables.

Para empezar, es necesario entender el alcance de la noción de *conjunción* para Halliday y Matthiessen. Estos autores (2014: 106-107) diferencian las *conjunciones* de los *adjuntos conjuntivos* o *adjuntos del discurso*, aunque todos forman parte de una categoría superior que ellos engloban en lo que denominan *sistema de la conjunción*:

A conjunction is a word or group that either links (paratactic) or binds (hypotactic) the clause in which it occurs structurally to another clause. Semantically, it sets up a relationship of expansion or projection [...].

Conjunctive Adjunct ('discourse Adjunct'). These are adverbial groups or prepositional phrases that relate the clause to the preceding text: they cover roughly the same semantic space as conjunctions.

En esta diferenciación queda claro que tanto las conjunciones como los adjuntos conjuntivos comparten varios rasgos: relacionan cláusulas y se manifiestan semánticamente mediante las relaciones lógico-semánticas. Esta distinción también da cuenta de las variadas categorías gramaticales que conforman la clasificación: conjunciones (*and*), adverbios (*meanwhile*) o locuciones preposicionales (*in fact*), de forma que «a range of possible meanings within the domains of elaboration, extension and enhancement is expressed by the choice of a conjunctive adjunct (an adverbial group or prepositional phrase), or of one of a small set of conjunctions *and, or, nor, but, yet, so, then...*» (Halliday, 1994: 324)<sup>27</sup>.

A este respecto, nos parece útil la caracterización de Martí Sánchez (2011) para diferenciar de manera funcional la *conjunción* del *adjunto conjuntivo*. Martí Sánchez distingue dos clases de conectores: la *conjunción* y el *conector discursivo* (este último concepto es equiparable al de *adjunto conjuntivo* de Halliday). Las conjunciones se limitan a la clase sintáctica de palabras propias de la coordinación y de la subordinación. Entre los conectores discursivos que se ubican en el plano escrito<sup>28</sup>, el autor distingue los argumentativos (sumativos, contraargumentativos y consecutivos) y los metadiscursivos (estructuradores de la información y reformuladores). La principal diferencia entre ellos radica en que «el ámbito de los conectores metadiscursivos es más global, sus funciones se explican en relación con la construcción del discurso como un todo, por encima de las relaciones más limitadas, más locales, entre dos miembros, propias de los conectores argumentativos» (Martí Sánchez, 2008: 36).

En primer lugar, respecto al dominio de cada una de estas unidades, las conjunciones funcionan en el dominio gramatical y establecen relaciones de coordinación, dependencia (subordinación) e interdependencia (aunque en contadas ocasiones), mientras que los conectores discursivos funcionan en el dominio «pragmagramatical» (Martí Sánchez, 2011: 11) y establecen relaciones de interdependencia y de coordinación. Es decir, los conectores discursivos funcionan en las unidades del discurso, mientras que el

---

<sup>27</sup> Al hilo de esta caracterización, Fraser (1990) coincide con Halliday en que las tres fuentes categoriales para la función de conector son las conjunciones, los adverbios y los sintagmas preposicionales.

<sup>28</sup> En el plano de la expresión oral, distingue dos tipos: los operadores pragmáticos y los marcadores conversacionales.

lugar natural de las conjunciones es el ámbito oracional. Cuando una conjunción cohesionada enuncia enunciados independientes, desarrolla valores modales y vincula contenidos implícitos, se convierte en un conector discursivo. La aproximación entre conjunciones y conectores discursivos se da, sobre todo, cuando las primeras encabezan enunciados independientes (Martí Sánchez, 2011: 31).

En segundo lugar, en cuanto al contenido, las conjunciones poseen un contenido independiente del funcionamiento comunicativo, mientras que los conectores discursivos aportan contenido modalizador en el miembro que introduce. De esta forma, relacionan informaciones implícitas, mientras que las conjunciones atienden más a lo explícito. Otra diferencia radica en que la posición de las conjunciones es fija, en general, mientras que la de los conectores discursivos es variable y se caracteriza por su posición de inciso. Para resumir esta postura (Martí Sánchez, 2011: 30):

Las conjunciones más prototípicas establecen relaciones de dependencia, no exceden el límite oracional y mantienen un contenido y uso estables, no marcado afectivamente. [...] Los conectores discursivos más prototípicos son los más claramente adverbiales, los menos literales y los que exceden el límite oracional, pues es fuera de él cuando las actividades metadiscursivas y argumentativas se manifiestan mejor. El trasvase de las conjunciones a los conectores discursivos se produce, entonces, cuando sus unidades se alejan del prototipo.

La clasificación propuesta por Halliday y Matthiessen está inspirada en la de Halliday y Hasan (1976: 238), quienes diferencian entre conjunciones aditivas, adversativas, causales y temporales<sup>29</sup>. A partir de esta primera clasificación, Halliday y Matthiessen establecen su sistema de la conjunción vinculado a las relaciones lógico-semánticas de expansión y, por tanto, esos elementos conjuntivos (conjunciones y adjuntos conjuntivos) cumplen tres funciones: elaboran, mejoran o amplían un fragmento de texto anterior (ya sea una oración, ya sea un párrafo). Asimismo, las conjunciones pueden ser de dos tipos: estructurales, si unen cláusulas, y cohesivas, cuando unen fragmentos superiores a la cláusula:

---

<sup>29</sup> También consideran una clase de conjunciones, al margen de las relaciones lógico-semánticas, que denominan *continuatives* (Halliday y Matthiessen, 2014: 107): «A continuative is one of a small set of words that signal a move in the discourse: a response, in dialogue, or a new move to the next point if the same speaker is continuing». Ubican en esta categoría: *well, of course, now, after all, surely, anyway*.

Las relaciones estructurales entre las cláusulas producen complejos de cláusulas. La existencia del complejo de cláusulas es la que permite la evolución de la oración en el sistema de escritura, por eso un complejo de cláusulas se corresponde con una oración escrita. Para que una secuencia de cláusulas o un complejo de cláusulas constituyan un texto, es necesario algo más que una estructura interna apropiada a cada cláusula, es necesario poder establecer otras relaciones que van más allá de los límites de las unidades gramaticales. Esas relaciones dependen de recursos no estructurales, constructores de texto a los que Halliday llama *cohesión* (Ghio y Fernández, 2005: 124).

Halliday y Matthiessen (2014: 612) también hacen una distinción entre relaciones internas y externas. Las internas se refieren a las relaciones que se dan en el propio discurso, mientras que las externas son las que se dan fuera del discurso, es decir, en la realidad externa. Según su vinculación con el registro, las internas se dan con más frecuencia en la organización de textos que operan en contextos orientados al tenor; por otra parte, las externas se ven favorecidas en la organización global de textos que operan en contextos orientados al campo<sup>30</sup>. Así, especifican que en las relaciones de expansión «the ‘elaborating’ type tends to be ‘internal’ rather than ‘external’, and while ‘extending’ and ‘enhancing’ relations can be either ‘internal’ or ‘external’, particular conjunctions may be either one or the other» (Halliday y Matthiessen, 2014: 612).

Según lo dicho, Halliday y Hasan también establecen una relación entre las conjunciones internas y externas y las metafunciones del lenguaje. Por un lado, en las relaciones externas, la cohesión se interpreta en términos de la función experiencial, ya que se están relacionando significados, en el sentido de representación de contenidos de nuestra experiencia de la realidad externa. Por otro lado, en las relaciones internas, la cohesión se manifiesta en términos de la función interpersonal, ya que hay una relación entre significados en el sentido de, como ya hemos señalado, «representations of the speaker's own stamp on the situation-his choice of speech role and rhetorical channel, his attitudes, his judgements and the like» (1976: 240).

---

<sup>30</sup> Martin (1992: 180) matiza esta afirmación. Mientras que comparte la idea de que las relaciones externas están orientadas al campo, las internas, para Martin, están orientadas al género, no al tenor.

**Tabla 2.** El sistema de la conjunción (Halliday y Matthiessen, 2014: 612)

Relación	Rasgo	Descripción	
Elaboración	Aposición	Exposición ( <i>in other words, that is, I mean, top ut it another way</i> )	
		Ejemplificación ( <i>for example, instance, to illustrate</i> )	
	Clarificación	Corrección ( <i>or rather, at least, to be more precise</i> )	
		Digresión ( <i>by the way, incidentally</i> )	
		Evasión ( <i>in any case, anyway, leaving that aside</i> )	
		Particularización ( <i>in particular, more especially</i> )	
		Resumen ( <i>to resume, as I was saying</i> )	
		Suma ( <i>in shirt, briefly, to sum up</i> )	
Verificación ( <i>actually, verificative</i> )			
Extensión	Adición	Positiva ( <i>and, also, moreover, furthermore</i> )	
		Negativa ( <i>Nor</i> )	
	Valor adversativo	<i>But, yet, on the other hand, however</i>	
	Variación	Reemplazo ( <i>instead, on the other hand</i> )	
		Sustracción ( <i>apart from that, except for that</i> )	
		Alternativa ( <i>or, else, alternatively</i> )	
Ampliación	Asunto	Positiva ( <i>here, there, as to that, in that respect</i> )	
		Negativa ( <i>in other respects, elsewhere</i> )	
	Modo	Comparativa ( <i>likewise, similarly, in a different way</i> )	
		Manera ( <i>in the same manner</i> )	
	Espacio-temporal	Simple (pueden ser internas o externas)	Posterioridad ( <i>then, next, secondly</i> )
			Simultaneidad ( <i>just then, now</i> )
			Anterioridad ( <i>previously, up to now</i> )
			Conclusiva ( <i>finally, lastly</i> )
		Compleja	Inmediata ( <i>at once, thereupon</i> )
			Interrumpida( <i>son, after a while</i> )
			Repetitiva ( <i>next time</i> )
			Específica ( <i>next day, that morning</i> )
			Durativa ( <i>meanwhile, at that time</i> )
			Terminal ( <i>until then</i> )
	Puntual ( <i>at this moment</i> )		
	Causal-condicional	Causal	General ( <i>so, then, therefore</i> )
Específica			Resultado ( <i>as a result</i> )
			Razón ( <i>on account of this</i> )
Propuesta ( <i>for that purpose</i> )			
Condicional		Positiva ( <i>then, in that case</i> )	
		Negativa ( <i>if not</i> )	
	Concesiva ( <i>yet, still</i> )		

Vinculada a esta idea, Martí Sánchez señala que los conectores discursivos cumplen una doble función, en el sentido de Halliday: lógica y textual. De esta forma, vincula los conectores argumentativos a la función lógica y la actividad argumentativa, mientras que relaciona los conectores discursivos metadiscursivos con la función textual y la actividad

metadiscursiva, «de modo que estructuran y ordenan el discurso o sirven para formular, de acuerdo con los conocimientos que se le atribuyen al interlocutor, los distintos elementos discursivos» (Martí Sánchez, 2011: 25).

Numerosos autores parten de una perspectiva funcional<sup>31</sup> para definir los marcadores del discurso<sup>32</sup>. De formas distintas, unos proponen funciones más concretas, mientras que otros abogan por clasificaciones a partir de macrofunciones discursivas. Destacan los trabajos de Fuentes (1996), Martín Zorraquino y Portolés (1999); Montolío (2001); Cuenca (2003b); Pons (2006); Briz, Pons, y Portolés (2008); Loureda y Acín (2010), López Serena y Borreguero (2011) y Bustos (2013a). En primer lugar, Fuentes (1996: 24) señala que los conectores «tienen una función en el plano sintáctico como relacionantes, pero por otra parte aportan un contenido semántico a la conexión y nos aclaran cuál es la estructuración que hace el hablante de las informaciones ofrecidas, así como la intención comunicativa que tiene al construir su discurso». La autora habla de *relacionantes supraoracionales* para referirse a aquellos relacionantes que conectan dos unidades textuales, sean dos enunciados o dos párrafos: «como conectores que son, están aislados del contenido proposicional que se comunica, y su misión es establecer una orientación semántica sobre el contenido de los segmentos que enlazan. Y, como cualquier conector también, establecen unas relaciones fóricas entre lo que viene antes y lo que prosigue» (1996: 13). Así pues, distingue entre los conectores del nivel microestructural, que unen dos oraciones o enunciados y los del nivel macroestructural, que sirven de elementos organizadores del texto. Diferencia varios tipos de contenidos relacionales: la adición, la oposición, la causativa, la temporal y la reformulación, que está compuesta por la explicación, la corrección, la recapitulación y la ejemplificación. Las cuatro primeras pueden darse tanto en el plano del decir del hablante, como en el plano de los hechos, mientras que la reformulación es una relación del decir del hablante, por lo que «se manifiesta habitualmente en unidades mayores a la oración» (1996: 23).

---

<sup>31</sup> Para una clasificación de las diferentes definiciones propuestas para el término *conector*, es de referencia el trabajo de Pons (1998), quien define el prototipo de conector a partir de los rasgos fonológicos, morfológicos, sintácticos, semánticos, textuales, pragmáticos y distribucionales extraídos de las aportaciones de los autores.

<sup>32</sup> Nos referimos aquí al concepto de *marcador del discurso*, que utilizan una gran mayoría de estudiosos, (Martín Zorraquino y Portolés, 1999; Loureda y Acín; 2010, entre otros), para referirnos a lo que otros autores han denominado de distintas formas: *conjunción (adjunto conjuntivo o adjunto del discurso)* (Halliday y Hasan, 1976; Halliday y Matthiessen, 2014); *enlaces extraoracionales (Gili Gaya, 1976)*; *conectivos* (Mederos, 1988); *operadores discursivos* (Casado Velarde, 1991); *conectores pragmáticos* frente a los semántico-sintácticos que son intraoracionales (Briz, 1993); *enlaces textuales* (López García, 1994); *relacionantes supraoracionales* (Fuentes, 1996); *partículas discursivas* (Briz, Pons y Portolés, 1998); *conectores discursivos*; (Martí Sánchez, 2011); *enlaces* (Bustos, 2013a).

Por su parte, Martín Zorraquino y Portolés<sup>33</sup> (1999: 4072 y sig.) distinguen cinco grupos: los estructuradores de la información (que pueden ser: introductores, ordenadores o digresores), los conectores (aditivos, consecutivos y contrargumentativos), los reformuladores (explicativos, de rectificación, de distanciamiento y recapitulativos), los operadores argumentativos (de refuerzo y de concreción) y los marcadores conversacionales. La función de los conectores se manifiesta como instrucciones de conexión, instrucciones argumentativas e instrucciones sobre la estructura informativa: los marcadores que afectan a solo un miembro del discurso son operadores, los que relacionan dos o más pueden ser estructuradores de la información, conectores y reformuladores.

Otra propuesta aglutinadora es la de Calsamiglia y Tusón (1999: 245 y sig.), quienes definen el conector desde su forma (categorías gramaticales variadas); función (relacionan semánticamente enunciados o conjuntos de enunciados) y finalidad discursiva (proporcionan cohesión y estructura). Así, distinguen entre marcadores que contribuyen a la organización global del texto; marcadores que introducen operaciones discursivas particulares; conectores lógico-semánticos y los interactivos y estructuradores del discurso oral.

Por una parte, los que proporcionan organización al texto son iniciadores, distribuidores, ordenadores, de transición, continuativos, aditivos, digresivos, espacio-temporales (anterioridad, simultaneidad, posterioridad), conclusivos y finalizadores. Por otra parte, los que introducen operaciones discursivas particulares se dividen del siguiente modo: de expresión de punto de vista, de manifestación de certeza, de confirmación, de tematización, de reformulación, aclaración o explicación y de ejemplificación. En lo que respecta a los conectores lógico-semánticos, las autoras ubican en esta categoría a los aditivos o de suma, a los contrastivos o contrargumentativos, a los de base causal (causativos, consecutivos, condicionales y finales), a los temporales y a los espaciales. Por último, en cuanto a los marcadores del discurso oral, la nómina es extensa: los marcadores de demanda, de confirmación o de acuerdo; los marcadores de advertencia; los marcadores reactivos de acuerdo; los marcadores estimulantes; los marcadores iniciativos;

---

<sup>33</sup> Portolés elabora una primera clasificación en 1993 en la que se inspira, en parte, esta. En ella distingue entre conectores y otros marcadores del discurso. Entre los conectores, destaca los aditivos, los reforzadores (justificativos y consecutivos) y los contrargumentativos. Entre los otros marcadores del discurso diferencia: los reformulativos (parafrásticos y no parafrásticos), los de rectificación, los ordenadores del discurso (marcadores de apertura, marcadores de continuidad y marcadores de cierre); los de digresión, los marcadores de inferencias paralelas; los de inversión referencial, los modalizadores y los retardadores del coloquio y muletillas.



los marcadores reactivos; los reactivos de desacuerdos; los marcadores de aclaración, corrección o reformulación; los marcadores de atenuación; los marcadores de transición; los marcadores continuativos; los marcadores de finalización y conclusión y los marcadores de cierre.

Cuenca propone el término de «conector parentético» (2003b, 2006, 2010) para referirse a los «conectores textuales por excelencia». Se trata de palabras o estructuras variadas formalmente que han sufrido un proceso de gramaticalización y de fijación lingüística, lo que les lleva a cambiar su comportamiento sintáctico. En concreto:

Dejan de funcionar como complemento verbal o estructura predicativa y se convierten en elementos conectores, típicos de la conexión textual y de aparición posible también dentro de oraciones compuestas, acompañando o no a una conjunción; pasan a tener un carácter parentético (van entre pausas o inflexiones tonales), suelen aparecer al principio de oraciones o cláusulas, si bien tienen movilidad posicional dentro de la oración. (2010: 66).

Cuenca distingue cuatro tipos de conectores parentéticos: los de adición (continuidad, intensificación, distribución, digresión, generalización, especificación, ampliación y equiparación), los de disyunción (reformulación, ejemplificación y resumen); los de contraste (oposición, concesión, restricción, refutación y contraposición) y los de consecuencia (consecuencia y conclusión).

En esta línea, Montolío (2001) utiliza el término de conector parentético para diferenciarlo del conector integrado en la oración. Esta autora clasifica los conectores de la lengua escrita en cuatro grupos: contraargumentativos, consecutivos, aditivos y organizadores de la información. La autora recalca la función básica de los conectores, que es señalar de manera explícita el sentido en el que va avanzando un texto para que su receptor pueda interpretarlo correctamente:

La relación lógico-semántica que pueden establecer entre sí dos o más frases resulta clara, perspicua y no ambigua (lo que cualquier interlocutor agradece enormemente) si aparece en la oración uno de estos elementos lingüísticos especializados en conectar frases que llamamos *conectores*, *expresiones o secuencias conectivas* –y que la bibliografía reciente denomina también *marcadores del discurso*» (Montolío, 2001: 20-21).

Por su parte, Pons (2006: 97) habla de tres macrofunciones en el tratamiento de los marcadores del discurso: la función conectiva, la función modalizadora y la función

interaccional. Además, la conexión está relacionada con dos funciones: la argumentativa y la metadiscursiva. Esta, a su vez, puede tener funciones estructuradoras (de delimitación, de formulación y de regulación) y reformuladoras.

Briz, Pons y Portolés (2008) adoptan también esta perspectiva funcional en el *Diccionario de partículas discursivas del español*<sup>34</sup> (en línea). Estas partículas discursivas, que los autores identifican con «elementos lingüísticos que guían la interpretación del discurso» también cumplen funciones como marcadores del discurso. Briz, Pons y Portolés hablan de cuatro funciones: la conexión, que supone una relación entre dos miembros discursivos, y que puede ser argumentativa, reformuladora o estructuradora; la modalización, en el sentido de una intensificación o atenuación de lo que se dice en un miembro del discurso; la focalización, que destaca un elemento expreso frente a una alternativa; y el control del contacto, que se centra en la relación entre hablante y oyente.

En un sentido similar, Loureda y Acín (2010: 29) proponen una clasificación que integra bajo la noción de los marcadores del discurso las unidades que expresan alguna de estas funciones en el plano del texto: modalización (los denomina *modalizadores discursivos*); conexión o marcación (*marcadores* propiamente dichos), ya sea en forma de organización informativa, (re)formulación, conexión 'exocéntrica' o la realizada mediante los operadores discursivos; focalización; y control conversacional, ya sea en la dirección del hablante al oyente o en la dirección contraria.

López Serena y Borreguero, (2011: 178), inspirándose en Bazzanella (2006) consideran que los marcadores discursivos pueden clasificarse en tres macrofunciones: la interaccional, la metatextual y la cognitiva. La interaccional es exclusiva de la variación oral y «solo aparece en la escrita cuando se imita dicha variedad<sup>35</sup>»; la cognitiva se da en el discurso escrito, sobre todo, en la subfunción de conexión lógico-argumentativa; por último, la metadiscursiva, que se da tanto en el plano oral como en el escrito, tiene dos subfunciones: la estructuración de la información y la formulación.

---

<sup>34</sup> Esta interesante y completa herramienta, cuya elaboración aún continúa en la actualidad, recoge más de 200 partículas discursivas procedentes tanto del lenguaje oral como escrito, obtenidas en diversos corpus. Concretamente, las que proceden del ámbito escrito se han recogido en textos periodísticos. En cada una de las entradas, además de los usos de la partícula en cuestión, hay ejemplos, cuestiones sobre la posición, la sintaxis, las variantes o las traducciones a otros idiomas, entre ellos, el inglés. El diccionario no incluye las conjunciones, ya que «están más vinculadas o integradas en la proposición» (Briz, Pons y Portolés, 2008: en línea). No obstante, nos parece una herramienta esencial para nuestro trabajo, ya que nos permite acomodar de manera rigurosa la propuesta de Halliday y Matthiessen (2014) a la lengua española, sirviéndonos de algunas de las traducciones al inglés que ofrece el diccionario.

<sup>35</sup> Con la imitación de lo oral en lo escrito, las autoras se refieren a las huellas de oralidad que están presentes en discursos escritos, como el de la prensa (2010: 423).

Una clasificación reciente interesante es la de Bustos (2013a), quien hace explícita la idea funcional de los conectores:

Desde una perspectiva funcional, los conectores ponen de manifiesto las vinculaciones existentes entre enunciados, párrafos enteros o también segmentos más amplios de discurso. Por ello, se puede afirmar que evidencian dos tipos de relación: unen enunciados en el marco de la unidad párrafo o bien organizan las partes del discurso. Algunos enlaces aparecen exclusivamente en el primer contexto; otros solo se usan en la relación de unidades mayores; por fin, un tercer grupo, que agrupa a la mayoría, puede cumplir indistintamente una u otra función (Bustos, 2013a: 103).

Bajo esta perspectiva, Bustos establece dos tipos de, como él los denomina, *enlaces*: los enlaces semánticos y los enlaces de relación discursiva. Los primeros son «los utilizados para establecer las relaciones lógico-semánticas» (2013a: 109) y su uso, recalca el autor, se ha asociado a la construcción del texto expositivo. Además de los enlaces aditivos, contra-argumentativos y de base causal (entre los que distingue a los consecutivos, condicionales y finales), incluye en esta nómina a los de naturaleza temporal y espacial: «las vinculaciones semánticas de esas naturalezas son innegables en términos discursivos en tanto que están en la base de dos secuencias textuales como son la narrativa y la descriptiva, por lo que se hace lógico reconocer su existencia» (2013a: 109). En los segundos, los de relación discursiva, diferencia dos tipos de conexión: los de ordenación discursiva y los reformulativos. Por un lado, los de ordenación discursiva están destinados a estructurar de manera coherente el texto. Es decir, con su uso se indica la ubicación de diferentes partes textuales en la totalidad del texto. Por otro lado, con los reformulativos se explicitan relaciones destinadas a «garantizar la inteligibilidad textual mediante procedimientos tales como la precisión conceptual y la reformulación» (2013: 121). En los ordenadores distingue cuatro subtipos: iniciadores, continuadores (progresivos, enumerativos, demarcativos); digresivos (apertura, cierre) y terminadores (no conclusivos, conclusivos). En cuanto a los reformulativos, diferencia entre los precisadores y los ejemplificadores.

Hemos visto, pues, que hay multitud de aproximaciones funcionales a los marcadores, tanto desde el punto de vista de su clasificación como de la nomenclatura. El principal punto de contacto entre ellos, como da cuenta Domínguez (2010: 363), es que la gran mayoría está de acuerdo en reconocer cinco tipos: los organizadores, los conectores, los reformuladores, los operadores y los conversacionales. De estos, los conectores –

aditivos, opositivos y causativos– tienen un rasgo compartido: los autores han seguido «criterios lógico-semánticos» para establecerlos, ya que aportan «valor conceptual a la relación entre enunciados» (Domínguez, 1997: 35). Pero el criterio lógico-semántico en Halliday va más allá del valor conceptual de los conectores aditivos, opositivos y causativos. La clasificación de conjunciones y adjuntos conjuntivos propuesta por Halliday<sup>36</sup> incluye muchos tipos de significado (aditivo, reformulativo, ejemplificativo, temporal, causativo, concesivo, etc.), con tres funciones principales: la (re)elaboración, la extensión y la ampliación de información.

---

<sup>36</sup> Como ya hemos señalado, queremos hacer hincapié en que Halliday y Matthiessen (2014: 609) dejan claro que su concepto de *conjunción cohesiva* es equivalente a los conceptos de *partícula discursiva*, *marcador del discurso*, *conectivo* o *conector pragmático*.

## CAPÍTULO 2.

### OBJETO DE ESTUDIO

*Una definición real de un discurso periodístico en el diario exige una descripción teórica extensa y explícita acerca de las estructuras (tanto formales como semánticas), los usos y las funciones.*

TEUN A. VAN DIJK (1990a: 19)



## 2.1. EL DISCURSO PERIODÍSTICO

### 2.1.1. El texto periodístico en el marco de la tipología textual

El interés por las tipologías textuales comienza con las aportaciones de la lingüística textual. Como señala Castellà (1994: 110), la lingüística del texto es «la lingüística del tipo de texto», por lo que esta premisa es esencial para el análisis aquí propuesto. Atendiendo a las características particulares de cada texto, muchos han sido los autores que han planteado clasificaciones para abordar la descripción de las tipologías. Castellà (1994) establece seis tipos de tipologías que han tenido gran repercusión y entre las cuales se sitúa su clasificación particular. Así pues, reconoce la tipología de los actos de habla (J. R. Searle, 1990) basada en actos asertivos, directivos, comisivos, expresivos y declarativos; la tipología binarista (B. Sandig y L. R. Longacre, 1975 y 1983), que se centra en las características pragmáticas de emisión y recepción del texto (+/- espontáneo, +/- monólogo, +/- oral...); la referencial (E. Werlich, 1976), de corte cognitivo, que establece cinco tipos de texto (descriptivo, narrativo, expositivo, argumentativo e instructivo); la funcional (J. M. Adam, 1987), que parte de la de Werlich y que supone el primer acercamiento a la tipología secuencial de este autor. En este caso, y relacionados con la función comunicativa, Adam habla de textos conversacionales, descriptivos, narrativos, directivos, predictivos, explicativos, argumentativos y retóricos. Esta primera clasificación evoluciona a las secuencias prototípicas que aparecen interactuando en casi todos los tipos de texto: narración, descripción, argumentación, explicación y diálogo. Por último, la tipología contextual (J. P. Bronckart, 1987), que distingue discursos en situación, discursos teóricos y narraciones<sup>37</sup>.

Por su parte, Castellà (1992) recoge conceptos de Sandig, Adam y Bronckart para su clasificación, que se basa en los rasgos contextuales de la teoría de los registros de Halliday y las variables de campo, tenor y modo. Consta de dos partes. En la primera, los textos se clasifican a partir de una lista de características: tema o contenido referencial (general/específico, temporal/lógico); modo o canal (oral/escrito, espontáneo/preparado); relación entre los interlocutores (formal/informal, monologado/dialogado) y propósito

---

<sup>37</sup> No es necesario para el fin de nuestro trabajo realizar una comparativa entre las diferentes taxonomías que existen en torno al texto, pero se pueden citar otras clasificaciones importantes: Bajtín (1982), Isenberg (1987), Ciapuscio (1994), Calsamiglia y Tusón (1999), Loureda (2003), Eggins y Martin (2003), Charadeau (2004) o Simón (2006).

(descriptivo, narrativo, expositivo, argumentativo, directivo, retórico). Por otro lado, los textos también se clasifican por ámbito de uso: cotidiano (carta informal, conversación); medios de comunicación (noticia, editorial, reportaje); ocio (crítica, cuento); turismo (guía de viaje); académico y científico (libro de texto, diccionario); cultural-asociativo (actas de reunión); religioso (misa, epístola); político (programa); jurídico (ley, decreto); administrativo (carta formal, instancia); comercial (factura, currículum). De esta manera, el análisis textual basado en esta tipología «no obliga a clasificar los textos con una única etiqueta, i permet analitzar-los en totes les seues característiques» (Castellà, 1994: 119).

Una tendencia similar, que también tiene en cuenta el contexto, pero desde un enfoque sistémico y retórico e inspirado en la *Rhetorical Structure Theory*, sigue Matthiessen en varios trabajos recientes acerca de una tipología textual basada en campos de actividad (*fields*)<sup>38</sup>, que serían el equivalente a los ámbitos de uso. Este autor habla de campos de actividad que, en sentido estricto, son objetivos o intenciones comunicativas, constituidos por procesos verbales y representados por un texto tipo (*text type*) (Matthiessen, 2015: 39). Así, diferencia entre exponer (*expounding: scientific report*); habilitar (*enabling: top procedure*); compartir (*sharing: casual conversation*); recrear (*recreating: narrative*) e informar (*reporting: news report*). En este caso, el informe periodístico, la noticia, la ubica Matthiessen en el campo de la actividad de *informar*.

Para la caracterización y descripción del texto periodístico, en su manifestación como noticia, hay que tener en cuenta varios factores: la noticia es un discurso de no-ficción; polifónico (además de la voz del periodista, aparecen los diversos tipos de fuentes); su función principal es informar de un hecho de actualidad mediante datos acerca de quién ha hecho qué, cómo, dónde y cuándo, sus antecedentes, causas y consecuencias. Por tanto, nos encontramos ante un tipo de discurso en el que caben elementos narrativos, explicativos, argumentativos, predictivos, e incluso dialogados, es decir, coexisten «patrones discursivos» diversos (Artigas, 2002). El texto periodístico presenta, pues, una estructura organizativa plurisecuencial, en la que coexisten procedimientos discursivos propios de secuencias o patrones discursivos de diversa índole, aunque haya una caracterización que sea la prototípica. En este sentido, siguiendo el completo modelo

---

<sup>38</sup> Esta taxonomía que tiene como eje central a una de las dimensiones del registro, el campo, es utilizada en la última edición de *An introduction to Functional Grammar* (2014) para clasificar los tipos de texto que se muestran como ejemplo a lo largo del libro. En la introducción de esta obra, Matthiessen remarca la noción de *campo* como *actividad socio-semiótica* (2014: 35).



propuesto por Castellà (1992), podemos caracterizar a la noticia (la de periódicos impresos, que es el objetivo de este trabajo) de la siguiente manera, a modo de hipótesis que se comprobará, más tarde, mediante el análisis aplicado:

**Tabla 3.** Características tipológicas contextuales y ámbito de uso de la noticia a partir de Castellà (1992)

Rasgo		Descripción
Ámbito de uso	Medios de comunicación	El ámbito de uso corresponde a la prensa tradicional (periódicos impresos).
Tema o contenido referencial (campo)	General /específico	Lenguaje estándar y temas generales (de varias secciones: cultura, sociedad, política, economía y deportes) en los periódicos generalistas; lenguaje con tecnicismos en la prensa económica y lenguaje más coloquial en la prensa deportiva. Temas específicos en la prensa especializada.
	Temporal/ lógico	Los hechos siguen un orden cronológico o un orden intencional determinado por la lógica de la pirámide invertida.
Modo o canal	Oral/escrito	Predomina el canal escrito, aunque hay rasgos del oral en las declaraciones que proceden de ese canal, así como en la presencia de fórmulas coloquiales.
	Espontáneo/ preparado	Preparado, aunque hay cierto grado de espontaneidad por las declaraciones de las fuentes y el sentido dialógico de algunos recursos estilísticos.
Relación entre interlocutores (tenor)	Informal/formal	La relación entre periodista y lector es formal, aunque la prensa deportiva se muestra más cercana al receptor y se permite la licencia de utilizar recursos en este sentido.
	Monologado/diálogo	Texto monologado que puede contener secuencias dialogadas en estilo directo e indirecto. Polifonía de voces.
Propósito o intención	Narrativo	El patrón discursivo predominante en la noticia es el narrativo, ya que el objetivo principal de una noticia es el relato de hechos o acciones.
	Descriptivo	Se pueden encontrar secuencias descriptivas en informaciones acerca de estados o en noticias de corte narrativo.
	Expositivo	El expositivo es otro de los patrones predominantes en la noticia. Su función es informar sobre conceptos y es muy habitual en la prensa especializada, sobre todo en la económica.
	Argumentativo	La opinión puede estar presente, principalmente, en el discurso de las fuentes; sin embargo, el autor deja sus marcas en el texto mediante estrategias diversas. Destacan de manera notable las secuencias argumentativas en la prensa deportiva.
	Directivo	Las secuencias instructivas no son habituales en las noticias, aunque no se descarta su aparición en la prensa especializada.
	Retórico	Entendidas las secuencias retóricas desde el punto de vista de la presentación del texto (retórica informativa), pero también como elemento persuasivo, es patente el afán del periodista por introducir elementos que provocan reacciones en el lector, haciendo uso de mecanismos como figuras literarias, fraseología, etc. La pirámide invertida también determina esta faceta, ya que lo más importante de la noticia aparece al principio y su función es interesar al lector.

Hay disparidad de opiniones en la diferenciación entre los conceptos de *tipo de texto* y *género*. A esta dicotomía se le suma otra variable: el registro. Si las tipologías

textuales proceden de la lingüística textual, el registro es una de las nociones más importantes desarrolladas por la lingüística sistémica que ha trascendido a otras ramas de la disciplina, convirtiéndose en un referente. Palau (2009: 358), en su trabajo acerca de cuestiones pragmaestilísticas de la prensa escrita, trata las variables del registro de Halliday en relación con el texto periodístico:

Si amb el camp es vinculava el text periodístic a la secció i amb el tenor s'emmarcava la finalitat (a través de les seqüències), el mode permet observar condicions com el format o la selecció dels patrons que garanteixen la cohesió del text, a través de l'anàlisi de les estratègies de referència (anàfora i catàfora), substitució, el·lipsi i conjunció. Mode, segons Halliday, és el component que dóna la textura, exerceix una funció "habilitadora".

En consecuencia, nos interesa esta clasificación porque entendemos que los rasgos contextuales propuestos por Castellà, así como el sentido que le da Palau a las variables de campo tenor y modo, son determinantes para la caracterización de las relaciones sintácticas y lógico-semánticas expresadas por los periodistas de los diferentes medios (generalistas y especializados) y que, por tanto, mostrarán la variedad de los estilos de la noticia.

### 2.1.2. La noticia como género

Las aportaciones teóricas sobre el género de la lingüística sistémica y de la textual, con orígenes epistemológicos e intereses distintos, nos parecen indispensables para establecer nuestro marco teórico que pretende ser conciliador y convergente. Así pues, desde sus inicios, la lingüística del texto ha mostrado su interés por explicar la naturaleza de los textos y por establecer un «sistema de ordenamiento» (Ciapuscio, 2005), mediante clasificaciones. Desde la perspectiva de la lingüística sistémica, el concepto de *género* aparece de forma tardía a partir de la teoría de Martin (1985), Hasan (1996) y Martin y Eggins (1997), aunque desde los años 60 las nociones de *registro* de Halliday (Halliday, McIntosh y Strevens, 1964) y Hasan (1978) suplen esa carencia.

En el marco de las tipologías textuales, la noticia es, según lo expuesto anteriormente, un texto predominantemente narrativo y expositivo, en el que hay

presencia de secuencias textuales de diverso tipo. La relación de los tipos de texto, los géneros y los registros es estrecha, y los límites entre los tres conceptos son difusos.

En esta línea, acogiéndonos a la definición de Payrató (1998: 27), los tipos de texto son abstracciones o categorizaciones que tienen en cuenta factores lingüísticos o verbales, es decir, criterios internos, intrínsecos al texto, que no dependen del contexto sociocultural. De esta manera, sus características definitorias son exclusivamente lingüísticas. Para este autor, la única variable que diferencia al género del tipo de texto es que en el primero está presente el contexto: «són classes de fets de parla (o fets comunicatius) típics d'una comunitat, és a dir, manifestacions comunicatives socioculturals» (Payrató, 1998: 28). Castellà (2004: 36) delimita ambos conceptos con una diferencia fundamental: «a diferència dels tipus de text, [els gèneres] configuren una llista oberta i en formació, resultat dels processos històrics en una societat concreta, i es classifiquen per àmbits d'ús, amb la dificultat de la multiplicitat de denominacions». Así pues, siguiendo a Castellà, los géneros son el «recipiente sociocultural» de las secuencias textuales.

Por otro lado, si atendemos al concepto de *registro*, Van Dijk (1983: 99) comparte la visión de lenguaje como opción de Halliday. Así, registro es todo el conjunto de elecciones lingüísticas posibles (tanto léxicas como sintácticas) para algún contexto, tipo de discurso o medio. De este modo, equipara el registro a la variación e, incluso, al estilo («registro estilístico»). No es el único autor en la lingüística textual que entiende el registro como «lengua situada» (Payrató, 1998), puesto que es el contexto el que determina las características lingüísticas del texto. Estas definiciones del término, aunque incorporan el factor contextual, no son tan contundentes como las que propugnan los autores sistémicos. Así pues, Halliday, McIntosh y Strevens (1964: 77) definen el registro como una variedad de acuerdo al uso, en el sentido de que cada hablante tiene una serie de variedades y elige entre ellas en ocasiones diferentes. Más tarde, Halliday (1978: 50) lo define como una variedad particular del lenguaje que se basa en el contexto situacional:

Un registro es lo que usted habla (en un momento), determinado por lo que hace (naturaleza de la actividad social que realiza), y que expresa diversidad de proceso social (división social del trabajo). [...] Los registros son modos de decir cosas distintas y suelen diferir en semántica (y por tanto en lexicogramática).

El registro es reconocible como «selección particular de palabras y estructuras, pero se define en términos de significados; no es un agregado de formas convencionales de expresión superpuestas a algún contenido subyacente por *factores sociales* de uno u otro tipo. Es la selección de significados que constituye la variedad a que pertenece el texto» (Halliday, 1978: 146).

Esta noción de registro, central en la teoría sistémica, ha recibido críticas, no por la definición en sí, que no difiere tanto de otras definiciones cercanas a la lingüística textual y que tienen al contexto de situación como factor local necesario del registro, sino porque la teoría no contempla una variable global que es determinante para la caracterización del texto en uso: el contexto de cultura. Como da cuenta Taboada (2012: 54), Halliday ubica al género o «modo retórico» en un nivel inferior al del registro, concretamente en su dimensión del modo, mientras que otros autores sistémicos (como Eggins y Martin, 1997) lo ubican en un nivel superior al del registro.

Una primera revisión de la teoría la realiza Hasan (1978, 1996) con la incorporación del concepto de *potencial de estructura genérica* (*Generic Structure Potential*). Tomando como base el concepto de *opción*, la lingüista habla de las posibilidades estructurales (obligatorias y optativas) de un determinado género: «puede decirse que un texto es un miembro de un determinado género cuando su estructura es compatible con algunas de las posibilidades especificadas por el potencial de estructura genérica, y el texto es una instancia o una realización de este potencial» (Ghio, 2005: 43). Si se dan todos los elementos obligatorios de la estructura, el texto será una instancia completa de un género; el caso contrario se justifica con la variación genérica. En este sentido, Christie (2000: 12) especifica que «los textos pueden estructurarse de modo diferente porque pertenecen a diferentes géneros o porque constituyen diferentes versiones del mismo género».

No obstante, bajo el concepto del *Generic Structure Potential* late la idea del texto como producto, siguiendo los conceptos de *instance* (producto) e *instantiation* (proceso), algo que también ha sido criticado por autores como Matthiessen, que reivindican la dinamicidad de los textos en detrimento de la estaticidad que presenta en la definición de registro de Halliday y la *Generic Structure Potential* de Hasan. Esta idea se ha matizado en las últimas ediciones del clásico de Halliday (2004, 2014), en las que se reivindica el texto como producto, pero también como proceso de significado:

Text is something that happens, in the form of talking or writing, listening or reading [...]. When we analyse it, we analyse the product of this process; and the term 'text' is usually taken as referring to the product – especially the product in its written form, since this is most clearly perceptible as an object. [...] But it is important to be able to think of text dynamically, as an ongoing process of meaning. How can we model text as an ongoing process of meaning? To do this, we return to the concept of the cline of instantiation. (Halliday y Matthiessen, 2014: 593).

Si con la aportación de Hasan, el género empieza a tener sentido para la lingüística sistémica como determinante de la estructura textual, no será hasta los estudios de la Escuela de Sydney, y de sus principales representantes, J.R. Martin y S. Eggins, cuando se empiece a tener en cuenta la intención comunicativa. Martin cuenta en su teoría del género con el contexto cultural y el propósito comunicativo, dos factores que hasta ese momento no había contemplado de manera decisiva la lingüística sistémica. De hecho, Moris y Navarro (2007: 12) se refieren a la ambigüedad de la teoría en el tratamiento del propósito:

En el transcurso de los años, el objetivo general ha sido incluido alternativamente en las categorías semióticas correspondientes al campo, al tenor y sobre todo al modo. Una de las principales razones de esta indeterminación, sostiene Martin, es que los objetivos comunicativos oscurecen o hacen menos elegantes las correlaciones entre las categorías contextuales del registro y los componentes funcionales de la gramática.

De ahí que Martin desarrolle su teoría en esa dirección y retome, a conciencia, la influencia de Malinowski (1923, 1935) y su distinción entre *contexto de cultura* y *contexto de situación*<sup>39</sup>:

In a sense this takes us back to Malinowski, who argued that the contexts both of situation and culture were important if we are to fully interpret the meaning of a text. Our level of genre corresponds roughly to context of culture in his sense, our register perhaps to his context of situation. (Martin, 2001: 155).

Martin recalca que su definición de género se aleja de las definiciones clásicas de género literario y pretende, así, abarcar cualquier actividad de una cultura:

---

<sup>39</sup> Halliday (1978) solo se refiere al concepto de Malinowski de *contexto de situación* en su teoría, con el cual identifica al registro. Sobre el *contexto de cultura*, Halliday considera que es un factor difícil de analizar: «El potencial de significado (...), interpretado en el contexto de cultura, es todo el sistema semántico del lenguaje; lo cual constituye una ficción, algo que no podemos esperar describir. Interpretado en el contexto de situación, es el sistema semántico particular, o conjunto de subsistemas, que se encuentra asociado a un tipo particular de situación o contexto social; lo que también es una ficción, aunque sea algo que puede describirse con mayor facilidad» (Halliday, 1978: 144).

This means we are using the term genre in a far wider sense than that in which it is used in literary studies where it refers to literary text types such as poem, fable, short store or novel. For us, a genre is a staged, goal-oriented, purposeful activity in which speakers engage as members of our culture. Examples of genres are staged activities such as making a dental appointment, buying vegetables, telling a story, writing an essay, applying for a job, writing a letter to the editor, inviting someone for dinner, and so on. (Martin, 2001: 155).

Una definición que está en consonancia con la que acabamos de ver es la de McQuail (2010: 370), quien habla del género desde el ámbito de los *mass media*<sup>40</sup>, como un tipo de producto cultural: «the term 'genre' simply means a kind or type and it is often loosely applied to any distinctive category of cultural product». Nos parece muy acertada la caracterización de género de este autor, en la que toma partida el concepto de *identidad*. Así pues, la identidad colectiva es reconocida tanto por sus productores (medios de comunicación) como por los consumidores (audiencia); esa identidad, que se establece con el tiempo y sigue unas convenciones establecidas que pueden variar, se relaciona con los propósitos (información, entretenimiento), con la forma (estructura, lenguaje) y con el significado (referencia de la realidad). Es decir, el género es un dispositivo práctico que ayuda a los medios de comunicación a producir de manera consistente y eficiente, y a relacionar esa producción con las expectativas de la audiencia. En el marco concreto de las noticias de prensa, McQuail (2010: 379) establece los principales atributos de la noticia como un género establecido (*established genre*): oportunidad, actualidad, sorpresa, naturaleza fragmentaria, caducidad, interés, facticidad, formación en valores y previsibilidad son cualidades que, para McQuail, deben estar presentes en la tipificación de la noticia como género<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup> El autor incluye en esta etiqueta a los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y prensa), a Internet (las redes sociales, los blogs y la tecnología móvil incluidos) y a otras manifestaciones culturales, como el cine, la música o los libros. En definitiva, todo lo que puede considerarse producto cultural.

<sup>41</sup> A este respecto, estos atributos propuestos por Macquail se pueden identificar con los clásicos *criterios de noticiabilidad*. Entre los referentes que han estudiado estas variables, podemos destacar el trabajo de Carl Warren (1979) o el de Stella Martini (2000: 89-90), que amplía la lista de Warren. Así pues, para esta autora, según los efectos que un acontecimiento puede tener para la sociedad, los valores-noticia más importantes son: novedad; originalidad, imprevisibilidad e ineditismo; evolución futura de los acontecimientos; importancia y gravedad; proximidad geográfica del hecho a la sociedad; magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados e inclusión de desplazamientos. Pero esta no es una lista cerrada. Puede haber otras condiciones determinadas por las rutinas particulares de cada medio e incluso valores distintos u opuestos. Así pues, Borrat (2003: 75) recalca la variabilidad de los valores de la noticia, según autores: «los 'valores' o 'factores' de la noticia cambian según quienes los invocan: por ejemplo, McQuail (1994) señala 'predictability and routine', y MacShane (1979) 'the unusual (odditiy, novelty)'. Los valores se contradicen incluso dentro de un mismo elenco».

Más allá de la concepción de género como producto cultural, autores como Calsamiglia y Tusón, Charadeau o Utard le añaden un matiz social a su definición<sup>42</sup>. Calsamiglia y Tusón (1999: 252) identifican el género como «un hecho sociocultural y discursivo». Las autoras dan cuenta de que la noción se utiliza para clasificar gran parte de los productos culturales en los que el uso de la palabra es fundamental. A este respecto, presentan diferentes interpretaciones del género desde las perspectivas literaria, retórica y etnográfica y defienden la concepción comunicativa de autores como Günther y Knoblauch (1995), que estructuran el género en tres niveles: la estructura interna (rasgos verbales y no verbales), la situación (contexto) y la estructura externa (ámbito comunicativo):

Su productividad e interés radica, a nuestro modo de ver, en que ofrece una particular forma de organizar los diferentes aspectos que intervienen en los complejos comunicativos y en proyectarlos hacia la observación, descripción y análisis de ese producto sociocultural que son los géneros discursivos. (Calsamiglia y Tusón, 1999: 261)

Por otro lado, Patrick Charadeau propone una perspectiva socio-comunicativa del género. Lejos de los postulados de la tradición literaria, el autor considera que estos son inoperativos porque «el género literario no es más que una reconstrucción a posteriori, mientras que, en el ámbito no literario, el género es una necesidad primaria, puesto que el hablante se construye como sujeto en ese marco» (2012: 21). Esta es una de las definiciones más completas a nuestro parecer.

Charadeau parte de la crítica a las definiciones de género tanto del ámbito textual (desde el tipo de actividad del lenguaje, desde las funciones del lenguaje y desde los rasgos recurrentes) como de la perspectiva social. En primer lugar, ve insuficiencias en la concepción de género como tipo de actividad del lenguaje (se refiere, concretamente, a la concepción de las secuencias textuales de Adam) porque no concreta el punto de vista de la producción del lenguaje: no se sabe si corresponde a operaciones mentales o es una característica intrínseca de los textos. Para definir el tipo de actividad, Charadeau prefiere utilizar la expresión de «modo de organización del discurso» (2012: 25). Así distingue entre enunciativo, narrativo, argumentativo y descriptivo.

Definir el género desde una visión funcional (el autor ubica en esta interpretación a Jakobson, Halliday o Bajtín) tampoco le convence, puesto que ve en ello concepciones

---

<sup>42</sup> Como hemos visto, Payrató (1998) y Castellà (2004) también conciben el género desde un punto de vista sociocultural.

demasiado amplias y generales. Respecto a la forma de definir el género como recurrencia de rasgos definitorios, también le plantea problemas, ya que los rasgos pueden tener varios sentidos y esas recurrencias pueden no ser exclusivas de un solo género (2012: 27). Estos rasgos son, por tanto, caracterizantes, pero no definitorios. Finalmente, desde la perspectiva social, el género entendido como ámbito de uso tampoco es una concepción válida para el autor. Así, critica a Bourdieu y a los diferentes campos que establece en el espacio social, ya que esta interpretación determina de antemano la identidad de los actores en la experiencia comunicativa. A este concepto Charaudeau prefiere llamarlo en lugar de *ámbito de uso*, «ámbito de práctica del lenguaje» (2012: 29).

Para su definición de género, Charaudeau parte de este concepto de ámbito de práctica del lenguaje, pero introduce otro concepto: *la situación de comunicación*. Distingue dos lugares de estructuración: el lugar de la *situación global de comunicación* y el lugar de la *situación específica de comunicación*. Propone pues un concepto de género basado en tres niveles combinados: el nivel situacional, el textual y el formal, es decir, los objetivos comunicacionales, los modos discursivos y las marcas formales.

Respecto al nivel situacional, en la *situación global de comunicación* los actores sociales se constituyen en instancias de comunicación, alrededor de un dispositivo que determina su identidad, las finalidades que se instauran entre ellas y el ámbito temático. Toman importancia los objetivos comunicacionales: objetivo de prescripción; objetivo de solicitud; objetivo de incitación; objetivo de información; objetivo de demostración. Este, por tanto, es el lugar de los dispositivos conceptuales. En la *situación específica de comunicación* se hallan los interlocutores con una identidad social y sus roles. Este es el lugar de los dispositivos materiales de comunicación y de sus subconjuntos.

Así pues, en la interacción entre la *situación global* y la *específica* se configuran las instrucciones discursivas, que determinan el comportamiento lingüístico (este sería el nivel textual). Charaudeau señala que la información de la finalidad determina, a través de sus objetivos, la elección de modos enunciativos (descriptivo, narrativo, argumentativo); la información de la identidad (lugares y roles) de los participantes determina los modos alocutivo, elocutivo y delocutivo; la información del ámbito temático afecta a los modos de tematización y, por último, la información de las circunstancias materiales establece ciertos modos de semiologización, la organización de la puesta en escena y el acto comunicativo.



Finalmente, en cuanto al nivel formal, las instrucciones discursivas se realizan mediante marcas vinculadas a la oralidad o la escritura, al rol de los participantes, a la composición textual interna y externa y a la configuración lingüística mediante la construcción gramatical.

En el ámbito de los medios de comunicación, Charaudeau utiliza el concepto de «contrato mediático» (2012: 35-36) para definir la noticia como género, atendiendo a los tres niveles:

Los objetivos de información y de incitación que caracterizan al contrato mediático determinan un marco de tratamiento en el cual la instancia mediática está constreñida a: dar cuenta de un acontecimiento para transformarlo en noticia (hecho informado), utilizando procedimientos descriptivos y narrativos, en ocasiones objetivizantes (credibilidad) y en ocasiones dramatizantes (captación), explicar el acontecimiento (análisis y comentario) utilizando procedimientos argumentativos; producir acontecimiento (acontecimiento provocado) utilizando procedimientos de puesta en interacción (debates, reportajes, entrevistas). Los lugares atribuidos a los participantes de este contrato (la identidad) determinan un marco de tratamiento enunciativo en el cual la instancia mediática debe construirse una imagen de enunciador neutro, no implicado y distante, y debe construir una imagen de la instancia destinataria que debe estar implicada (en nombre de la ciudadanía), tener afectos (en nombre de la naturaleza humana) y buscar comprender (en nombre del espíritu de simplicidad). El ámbito temático determina un tratamiento de las noticias alrededor de acontecimientos en función de su potencial de actualidad, proximidad y desorden social.

Por su parte, Jean-Michel Utard (2009: 26) habla de «tipos de prácticas socio-discursivas» con el mismo sentido que Adam (1997) y tomando como referencia a Bajtín (1982). También defiende el concepto de *contrato* propuesto por Charaudeau, en la medida en que «los géneros, como construcciones históricas, son el resultado de convenciones implícitas que hacen posible la comunicación en una esfera cultural dada» (Utard, 2009: 22). Haciéndose eco del carácter inestable de la práctica discursiva del periodismo, define el género desde el enfoque socio-discursivo, porque permite mostrar que los géneros periodísticos son configuraciones de una práctica discursiva en la que interactúan tres instancias: las fuentes, los profesionales y el público. Pero, además, este enfoque «permite también dar cuenta de la dinámica de estas interacciones que produce una transformación de los géneros sin por eso poner en tela de juicio la identidad periodística». De hecho, la dinamicidad es una propiedad que varios autores defienden

como caracterizadora del género periodístico, de ahí que Utard recalque que «si bien el género puede aparecer como una estructura configurante estabilizada, sólo puede ser como la manifestación siempre provisoria de un proceso dinámico» (2009: 26). Esta maleabilidad del género también se manifiesta en las variaciones, transformaciones e innovaciones que se dan en la práctica cotidiana del periodismo.

En consonancia con esta postura, Vidal (2005: 236) también reivindica una concepción dinámica del género, en la que cobra importancia el sujeto y la situación comunicativa. Así pues, critica las concepciones estáticas que se anclan en el modelo de objetividad, ya que entiende que los géneros son instituciones abiertas a las tensiones enunciativas, que son las que hacen evolucionar a los géneros. A este respecto, el autor pone de manifiesto que los géneros funcionan como «correas de transmisión» de la lengua que evoluciona junto con su sociedad y cultura. Así, su inestabilidad y su tendencia a la mezcla, a la escisión y a la agrupación son condiciones que propician la innovación, un factor que Bajtín<sup>43</sup> ya consideraba:

Ja hem vist amb Bajtín que el procés natural d'evolució d'un gènere passa per la introducció en l'estructura dels gèneres complexos o secundaris de veus i estructures provinents dels gèneres orals, espontanis i col·loquials, que ell anomena primaris. Els parlants d'una llengua, davant una innovació en un recorregut genèric convencional i clàssic, solen reconèixer en un cert grau l'origen de la novetat –nou lèxic, nou ritme, nous temes, nova estructura, hibridacions–, que pel fet de provenir de l'àmbit de l'oralitat immediata els és familiar (Vidal, 2005: 235).

Así pues, como se ha visto, muchas de las definiciones de *género* tienen en común el factor histórico, por lo que nos parece interesante introducir un concepto que creemos determinante para esa evolución de los géneros periodísticos: la *tradición discursiva*. Este concepto se enmarca dentro de lo que teóricos como Coseriu, Loureda Lamas, Kabatek o López Serena denominan *la lingüística del texto integral*.

En este sentido, Loureda (2010: 151) aboga por una lingüística integral, una «lingüística del hablar» en referencia a los tres niveles del análisis lingüístico de Coseriu (el nivel universal del hablar, el nivel histórico de las lenguas y el nivel individual de los textos).

---

<sup>43</sup> Bajtín (1982: 250) diferencia entre géneros primarios y secundarios: «Los géneros discursivos secundarios (complejos) – a saber, novelas, dramas, investigaciones científicas de toda clase, grandes géneros periodísticos, etc.– surgen en condiciones de la comunicación cultural más compleja, relativamente más desarrollada y organizada, principalmente escrita: comunicación artística, científica, sociopolítica, etc. En el proceso de su formación estos géneros absorben y reelaboran diversos géneros primarios (simples) constituidos en la comunicación discursiva inmediata».

Se trata de una propuesta en la que se combinan diferentes perspectivas para explicar y justificar la construcción de sentido. De esta manera, en el nivel universal, está el enfoque cognitivo de la pragmática; el nivel idiomático lo ocupan la gramática textual y la lingüística sistémico-funcional. Por último, el nivel individual cuenta con tres dimensiones: la universal (pragmática, teoría de la enunciación y teoría de la argumentación); la tradicional (la tipología textual, el discurso repetido y las tradiciones discursivas) y la particular (la estilística, el análisis crítico del discurso, la semántica textual y la hermenéutica).

En este paradigma toma importancia el concepto de *tradicón discursiva*, noción con diversas concepciones e identificada con los géneros textuales<sup>44</sup>. Para acotar ambos términos, López Serena (2011: 86) habla de *géneros* como «modelos históricos para la construcción de discursos» y de *tradiciones discursivas* como «subdeterminaciones históricas de los modelos textuales más generales que constituyen los géneros»:

Nuestro saber histórico como hablantes comprende también el dominio de determinadas técnicas históricas, las que solemos denominar *géneros*, y de variaciones históricas de estos géneros, para las que, como hemos expuesto, creemos preferible reservar como tecnicismo el término tradiciones discursivas, y que constituyen modelos dentro de cuyos cauces construimos nuestros discursos particulares (López Serena, 2011: 84).

La lingüista considera que hay un nivel de abstracción superior al de género y se refiere a este con varias denominaciones (2011: 72): *secuencia, modo, finalidad, forma o modalidad*. Así, señala que las ventajas de estas denominaciones residen en que constituyen conceptos susceptibles de ser empleados con los adjetivos que habitualmente designan estas formas universales de la comunicación: *modos/formas/modalidades narrativas, argumentativas, expositivas o dialógicas...* En consecuencia, concibe estas modalidades, en relación con los conceptos de Coseriu, como *modos universales*, mientras que bajo la denominación de *modos históricos* estarían los géneros y las tradiciones discursivas:

---

<sup>44</sup> López Serena (2011: 73) revisa las múltiples definiciones de este supuesto. Una primera concepción utiliza *tradicón discursiva* como hiperónimo que engloba todas las formas históricas tradicionales de construcción e interpretación de discursos. Otra lectura entiende las tradiciones discursivas como sinónimo de *género* o *clases de textos*. Y una tercera interpretación hace referencia a las formulaciones tradicionales en la actividad discursiva de textos incorporados a la tradición lingüística misma, como por ejemplo las formas establecidas para el saludo.

Para cada forma de comunicación (narración, exposición, interacción dialógica, etc.), como posibilidad comunicativa universal, pueden existir géneros y tradiciones discursivas diferentes con características históricas específicas que estén vigentes en comunidades de extensión mayor, menor o equivalente a la comunidad idiomática. Y estas tradiciones discursivas, o variantes históricas para la realización de determinados géneros, están, obviamente, sujetas a los cambios propios de cualquier objeto histórico (López Serena, 2011: 84).

Aunque este no es un trabajo diacrónico en torno a la evolución del género de la noticia, queremos dejar constancia de que la concepción de tradición discursiva no es incompatible con las contribuciones que desde diferentes ángulos han intentado dar cuenta de la tradición de los textos, desde el género de Bajtín hasta las diferentes tipologías textuales de la actualidad (Kabatek, 2008: 9). Así pues, el género de la noticia tal y como lo conocemos actualmente es fruto de la tradición discursiva, que determina las formas textuales, las variaciones, las heterogeneidades internas y las innovaciones, como remarca Kabatek (2005: 172-173):

La supuesta homogeneidad de un 'género' puede presentar una heterogeneidad interna considerable, observable, aliado de otras posibilidades, identificando síntomas textuales diferentes para cada tradición discursiva (TD). Esa heterogeneidad interna señala diferentes TD [...]. Una innovación se da, en general, en un texto determinado, en un texto que pertenece a una tradición discursiva. A partir de ahí la innovación puede generalizarse en esa tradición, pero aún no es general en la lengua: hace falta la adopción de la innovación en otras tradiciones.

En el marco que nos ocupa y ante la «crisis del paradigma periodístico» (Vidal, 2002), la innovación discursiva<sup>45</sup> se manifiesta como una reformulación de la teoría de los géneros periodísticos, que pretende acabar con la idea hegemónica del género heredero de la separación anglosajona de *stories* y *comments*<sup>46</sup>. Utard (2009: 25) defiende esta pretensión:

Se trata más bien de abandonar la ambición de construir un sistema único de géneros que abarque la diversidad de las prácticas. Tal sistema solo podría reflejar la forma dominante del periodismo que se

---

<sup>45</sup> Vidal (2005: 236) identifica la innovación discursiva en los géneros periodísticos con «l'apel·lació als mecanismes de la visualitat i l'oralitat, i la introducció d'estructures narratives complexes».

<sup>46</sup> Podemos referirnos a la postura que siguen autores como Martínez Albertos (1991) o Lorenzo Gomis (2008), que distinguen categóricamente entre géneros informativos, de opinión e interpretativos. Una investigación interesante al respecto, que compara las diferentes perspectivas en el estudio del género periodístico, es la de Palau (2009), quien muestra la evolución histórica de los estudios que han abordado diferentes clasificaciones de textos periodísticos, desde los años 60 hasta los trabajos más recientes.

ha impuesto por más de un siglo de historia y que en gran medida corresponde a una mitología de la autonomía del periodista.

En este sentido, no son pocos los estudiosos que critican las clasificaciones tradicionales del género que diferencian de manera tajante entre información y opinión, porque no han hecho otra cosa que difundir un concepto ilusorio: la objetividad. Burguet (2002: 152-153) deja clara esta postura:

Distingir entre informació, interpretació i opinió només pot ser una classificació d'ordre textual, és a dir, només distingim si en la superfície del text s'expressen formalment, de manera manifesta, interpretacions i opinions. I si es manifesten de manera expressa en el text, aleshores és que són evidents. En aquest sentit, doncs, la classificació tradicional dels gèneres té un escàs o cap interès: l'obvietat de les seves categories resulta tautològica. [...] tots tres gèneres pressuposen sense remei un exercici d'interpretació i d'opinió implícites, i si això és ben poc preocupant en el cas d'un text d'opinió, on se suposa que l'opinió explícita i l'implícita van en una mateixa direcció, en canvi resulta molt inquietant en un text informatiu, on se suposa que no hi ha opinió, al contrari, s'assegura que només hi ha informació. En aquest sentit, doncs, la classificació dels gèneres és una perversió.

Ese afán por la imparcialidad reivindicado por los estudiosos del periodismo clásico solo puede garantizarse desde de la «subjetividad competente» (Burguet, 1997) en tres aspectos –profesional, contextual y textual–, ya que sin competencia, la veracidad, la honestidad y la ética, solo pueden ser una ilusión (Burguet, 2002: 155): «sense interpretació, la informació serà molt pura, però sobretot serà coixa de naixement, o encara pitjor, mutilada».

Para recapitular, partimos, pues, de una concepción de género en la que se complementan varias aportaciones, tanto desde el ámbito de la lingüística como de la comunicación. Desde la visión de la teoría sistémica, tanto la de los inicios como la más reciente, podemos concluir que la noticia es un género:

- a) que tiene en cuenta factores contextuales:
- b) culturales (los propios del medio en que se manifiesta y de la comunidad en la que se transmite: el periódico y sus lectores),
- c) y situacionales (los propios del registro): un modo, un tenor y un campo,
- d) vinculados a tres metafunciones del lenguaje: ideacional, interpersonal y textual
- e) y con unos objetivos comunicativos.

Desde las distintas visiones de la lingüística textual, entendemos la noticia como:

- f) un texto predominantemente narrativo y expositivo,
- g) que puede estar compuesto por varias secuencias textuales: dialógica, argumentativa, retórica...
- h) perteneciente a un ámbito de uso: el de los medios de comunicación,
- i) y afectado por heterogeneidades internas según distintas tradiciones discursivas.

Desde los aportes del ámbito de la comunicación, la noticia:

- j) es un producto sociocultural,
- k) que evoluciona y se transforma al mismo tiempo que la sociedad,
- l) que funciona como un contrato entre emisor y receptor,
- m) ya que tiene una identidad reconocible por ambos.
- n) Y cuenta con unos atributos concretos que se convierten en criterios de noticiabilidad (interés, oportunidad, actualidad, sorpresa, imprevisibilidad, proximidad geográfica, importancia, gravedad, evolución futura, etc.) y,
- o) aunque sea considerado por la tradición como un género objetivo, no lo es, porque el sujeto, el periodista, es parte esencial de su proceso productivo.

### 2.1.3. Clasificación y estructura de la noticia

No hay una clasificación unívoca en torno al concepto de noticia, sino más bien una multitud de tipificaciones según los heterogéneos criterios de los autores que las establecen. Presentamos aquí las que consideramos más importantes acorde a los objetivos planteados.

Entre las tipologías clásicas, está la de Fontcuberta (1993: 82 y sig.), que habla de noticias de sumario, noticias cronológicas, noticias de situación, noticias complementarias, noticias espaciales y noticias de interés humano. Esta clasificación está basada en la de Paul V. Sheehan (1972: 82-86): noticias de sumario, noticias cronológicas, noticias de situación, noticias complementarias, noticias de colorido y noticias de interés humano. Bajo otro punto de vista, Fontcuberta también diferencia las noticias directas de las de creación. Las primeras tienen como objetivo informar, es decir, «transmitir el acontecer de una hecho actual susceptible de interesar a un público masivo» (1993: 86), mientras que las de creación pretenden entretener al lector, complementar la información de la noticia directa e incorporar nuevas formas de narración y lenguaje.

Otra clasificación que ha tenido repercusión es la de Gaye Tuchman (1983: 60-62), que distingue entre noticias duras (*hard news* o noticias basadas en sucesos importantes), noticias blandas (*soft news* o noticias de interés humano), noticias súbitas, noticias en desarrollo y noticias de secuencia. Martini también habla de dos tipos de noticias que se pueden identificar con las súbitas y de desarrollo de Tuchman. Unas informan puntualmente de un hecho y otras se instituyen a modo de serie:

Las primeras pueden ser inicio de serie pero su sentido como relato de hechos no depende de esa serialización, aun cuando se abra a posibles y eventuales futuras noticias. Una noticia sobre el resultado de elecciones para formar un gobierno se cierra en el mismo cierre de la noticia, no instala un suspenso, aunque quede abierta a las consecuencias futuras y permita muchos hechos conexos al acto eleccionario. Las segundas, en cambio, hablan de un acontecimiento que necesita de más noticias sucesivas para obtener un sentido completo, para que la historia tenga su cierre. Se incluyen en este orden las noticias sobre crímenes, conflictos sociales, ciertos actos de gobierno o interpelaciones judiciales. (Martini, 2000: 18).

Martínez Vallvey (1999: 24 y sig.) muestra una taxonomía basada en los múltiples factores presentes en la noción de noticia: según cómo se conoce la noticia (fortuita, previsible y programada); el contenido (de interés humano o sustantivo); la identidad de las fuentes (oficiales, oficiosas y extraoficiales); la proximidad de las fuentes (de primer nivel o de varios niveles); los asuntos tratados (simples o múltiples); la función informativa (directa o de creación); la estructura redaccional (cronológicas, citas, de pirámide invertida y guías) y la extensión (cuñas, breves, fotonoticias, noticias habituales, y noticias reportajeadas).

También hay clasificaciones según el contenido de la información (políticas, económicas, agropecuarias, científicas, educativas, deportivas, culturales, artísticas, policíacas, sociales y de interés humano), y según el ámbito geográfico (local, nacional, internacional), como la de Baena (1990: 99).

En definitiva, podemos resumir la tipología de la noticia como una representación amplia y heterogénea y con múltiples interpretaciones, todas ellas válidas. No obstante, en nuestro trabajo partimos de una clasificación basada en criterios temáticos, como señalamos en el apartado dedicado a la metodología. De esta forma, no discriminamos las noticias ni por su contenido, extensión, estructura o fuentes, puesto que consideramos que

todos ellos son factores pertinentes para los objetivos que planteamos, en virtud de la multiplicidad de estilos comunicativos.

En lo que respecta a la estructura de la noticia, el esquema tradicional está formado por el titular, el *lead* o entradilla y el cuerpo de la noticia. El titular recoge lo esencial de la noticia, «la importancia, el interés o la novedad de la noticia» (*Libro de estilo de ABC*, 2001: 165), aunque también debe atraer al lector, por ello, debe contener lo más llamativo de la información y responder, al menos, al «quién» y al «qué». El titular consta de diversos elementos que el manual de estilo de *El País* (2002: 51-52) enumera: «un titular puede componerse de cintillo, antetítulo, título, subtítulo y sumario (uno o más), o solamente de uno o dos de estos elementos (entre los que figurará siempre el título)».

Por otro lado, el *lead* o entradilla contiene el primer párrafo de la noticia, no es un mero resumen de la misma y «ha de ser lo suficientemente completa y autónoma como para que el lector conozca lo fundamental de la noticia solo con leer el primer párrafo» (*Libro de estilo de El País*, 2002: 37). Finalmente, el cuerpo de la noticia contiene los datos que explican y amplían la entradilla, es decir, el desarrollo de las *W* clásicas, antecedentes y consecuencias:

El primer párrafo no debe contener necesariamente (aunque sí es conveniente) las clásicas respuestas a las preguntas qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué. Estas seis respuestas pueden estar desgranadas a lo largo de la información –lo cual requerirá dos o, quizá, tres párrafos– pero siempre según la mayor o menor importancia que cada una de ellas tenga en cada caso (*Libro de estilo de El País*, 2002: 37).

Varios autores han tratado la estructura de la noticia más allá de la organización básica que propugnan los libros de estilo de los medios. En este sentido, es un referente Van Dijk (1983, 1990a), quien presenta diferentes niveles en el análisis estructural de la noticia. En un primer nivel, se situaría la superestructura de la noticia, mientras que en el segundo nivel estaría la macroestructura. La superestructura hace referencia al análisis estructural que clasifica las partes de la noticia con respecto a sus funciones en el texto como un todo. La macroestructura, sin embargo, se centra en el análisis del contenido:

Una macroestructura es una organización jerárquica de las proposiciones importantes del texto. No hace falta que las expresen las frases del texto, pero durante la interpretación se infieren de las respectivas proposiciones expresadas por las frases del texto. Esta derivación tiene lugar mediante



determinadas macrorreglas, que definen qué información es importante para el texto como un todo, qué generalizaciones pueden efectuarse y qué información puede agruparse conjuntamente dentro de una clasificación más abstracta o más global, es decir, mediante una macroproposición (Van Dijk, 1983: 93).

Es interesante la comparación que establece González Rodríguez (2005: 143) de las aportaciones que realizan al respecto Van Dijk (1990a), Bell (1991) y White (1997a; 1997b). La autora sintetiza los principios organizadores de la noticia en los modelos propuestos por los teóricos, tres modelos que para González Rodríguez tienen mucho en común<sup>47</sup>. En las tres propuestas se pueden observar patrones que se repiten, algunos de los cuales tienen relación con la estructura de los textos narrativos de Labov en su trabajo acerca de la transformación de la experiencia en la sintaxis narrativa (1972: 363): *abstract* (resumen del texto), *orientation* (se identifican el tiempo, el lugar, las personas, su actividad y la situación), *complicating action* (el desarrollo de la acción), *evaluation* (Labov identifica esta parte con el punto de vista del narrador para contar la historia), *result* (resolución de la acción) y *code* (epílogo que indica que la acción está acabada). No obstante, como recalca Van Dijk (1990a: 251),

los informes periodísticos de la prensa pertenecen a una familia de tipos de textos informativos que necesitan su propio análisis estructural, es decir, deben clarificarse las propiedades generales del discurso que desarrollan y las estructuras más específicas o características que los distinguen de otros textos de los medios de comunicación o textos similares diferentes a estos últimos, como los relatos.

En suma, la noticia, como texto predominantemente narrativo, tiene una estructura similar a la de la narración, con la particularidad de que el desarrollo de los hechos está determinado, más que por el orden cronológico, por el proceso productivo anclado en lo que Vellón denomina «el modelo cognitivo de la pirámide invertida» (2013b: 164). Así lo estipula el libro de estilo de ABC:

---

<sup>47</sup> Van Dijk (1990a) identifica las siguientes partes en la superestructura de la noticia: *summary (headline, lead); news story (main event); backgrounds (context, previous events, history); consequences (events/acts, verbal reactions); comments (expectation, evaluation)*. Para Bell (1991), la noticia consta de: *abstract (headline, lead); story (attribution, actors, time, place, action); background (previous episodes, history); follow-up (consequences, reaction); commentary (expectations, evaluation)*; White (1997a) establece estas: *opening phase (headline, lead); new story body (elaboration); contextualization; cause and effect, justification (issues reports); valoration*.

La información se presentará según la estructura de interés decreciente de la pirámide informativa. Jamás deberá olvidarse la regla de oro del periodismo escrito: lo más importante deberá exponerse al comienzo. [...] No es imprescindible el relato cronológico de los hechos, pues su exposición deberá subordinarse a la norma de interés decreciente (2001: 165-166).

De esta forma, también influyen en la estructura de la noticia, además del interés, otros criterios de noticiabilidad, los cuales marcan la manera de narrar los hechos en función de «la claridad, la brevedad, la novedad o la relevancia» (Díaz Galán, 2001: 140).

#### 2.1.4. Los estilos del periodista

Se ha señalado al inicio de este trabajo que nuestra principal pretensión es contribuir a la caracterización de lo que Chillón (2001) denomina *estilos periodísticos*, entendidos estos como diferentes maneras de representar la realidad:

No uno sino diversos, los estilos de la comunicación periodística suscitan y configuran distintas versiones y visiones de eso que damos en llamar «la realidad». No existe un estilo o lenguaje periodístico inocente ni transparente, especie de herramienta neutra apta para captar «las cosas», sino muy diferentes estilos de la comunicación periodística, cada uno de los cuales tiende a construir su propia realidad representada (Chillón, 2001: 43).

Lejos de la concepción tradicional de estilo periodístico como simple ornato como si se tratara de un género literario, la concepción de Chillón (2001) y la de otros autores que siguen esta línea, como Palau (2009), se enmarca dentro de la pragmaestilística y relaciona el estilo con la función comunicativa, de manera que el estilo es una «selección de variedades vinculadas a las necesidades comunicativas del emisor, al contexto y a las relaciones que se pretenden potenciar respecto al destinatario» (Vellón, 2013b: 171).

La idea de la «selección de variedades» ya la recogen autores como Van Dijk o Halliday. Basta recordar la definición de Halliday de texto como «selección de opciones» o la de registro como «variedad funcional del lenguaje». Halliday, McIntosh y Strevens (1964) y Matthiessen (2014: 169) sitúan el estilo en una de las dimensiones del registro: el tenor. Así, para los autores, el tenor es el estilo del discurso, que está determinado por la relación entre los interlocutores. Otros lingüistas, sin embargo, identifican el estilo con la dimensión del modo. Así lo define Castellà (2004: 21): «estil lingüístic i discursiu que està determinat per les condicions físiques de producció i recepció del text». En este contexto,

consideramos posibles ambas propuestas, ya que es evidente que las tres dimensiones del registro de Halliday (campo, tenor y modo) tienen relación con el estilo. A este respecto, nos parece interesante la aportación de Vellón (2013b: 169), quien considera que la selección estilística responde a una serie de factores que tienen que ver con las funciones del lenguaje de Halliday y, en consecuencia, con las tres dimensiones del registro<sup>48</sup>. Para Vellón, la función ideacional se manifiesta en el grado de subjetividad, que «determina la elección de fórmulas modalizadoras del enunciado» (2013b: 169). En segundo lugar, la función interpersonal establece las relaciones con el receptor y los niveles de formalidad del texto:

El grado de formalidad del texto determina el dominio de la variedad estándar o la presencia de otros registros, como el coloquial, lo que introduce un factor de dinamismo al optar por una interacción entre variedades en el desarrollo del enunciado, lo que supone un aporte estilístico que condiciona la interpretación de la noticia.[...]

La funcionalidad interpersonal (vínculos con el receptor, nivel de conocimiento e implicación del destinatario, familiaridad con el contenido, complicidad ideológica, etc.) delimita la voluntad estilística en la configuración de la noticia, a través de los recursos adecuados (Vellón, 2013b: 169).

Por último, la función textual se manifiesta en los estilos mediante la modalidad textual y la finalidad comunicativa:

La elección de una modalidad textual, más expositiva o más narrativa, en torno al referente, también supone un factor que define la coherencia interna del enunciado, sus mecanismos textuales y, en general, las unidades microestructurales, por lo que se favorece una variante de estilo más o menos ajustada al modelo novelesco (Vellón, 2013b: 169).

Así pues, el estilo mantiene una estrecha relación con el registro y no existe unanimidad en cuanto a su delimitación. Para algunos autores, ambos conceptos son sinónimos<sup>49</sup>. Van Dijk (1990a: 49) subraya que «el estilo es el resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones opcionales de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado». El estilo informativo

---

<sup>48</sup> Recordemos que Halliday identifica el campo con la función ideacional; el tenor corresponde a la función interpersonal y el modo tiene que ver con la función textual.

<sup>49</sup> Carrillo (2005) nombra entre estos autores a Crystal y Davy (1969) o Biber (1995): «Muchos lingüistas usan el término *estilo* de manera similar al de *registro*, y viceversa [...], refiriéndose con ello a la variación en el uso de la lengua. El registro selecciona un determinado uso de la lengua apropiado para una determinada situación. Y el estilo se constituye por la manera en que la lengua es usada en un contexto dado, por una persona dada, por un propósito dado, etc. Es decir, el registro y el estilo están en la misma línea de acción de la lengua» (Carrillo, 2005: 145).

es, por ende, indicación del contexto y puede referirse a factores sociales o personales del contexto de la comunicación:

La variación del estilo no es simplemente libre o arbitraria. Por el contrario, el estilo es una indicación principal del rol del contexto [...]. El discurso de la noticia debe también formularse en un estilo específico, formal, el estilo característico de los medios impresos. De ahí que el estilo sea la huella del contexto en el texto. Esta huella consiste en las limitaciones sobre las variaciones posibles en la formulación. (Van Dijk, 1990a: 49-50).

Para otros autores, el estilo se entiende como una categoría que se ubica dentro de la concepción de registro. Por ejemplo, para Hickey (1989), pueden darse varios estilos dentro de un solo registro, ya que la variación se da en el estilo, no en el registro:

Sometimes such variations have been referred to as languages, sub-languages or registers, but the fact is that they seem to have much in common with styles, especially since the Prague School has established that functions of language constitute a consideration relevant to the question of style. (Hickey, 1989: 6).

En la misma línea, Carrillo explica que la realización del estilo, como manifestación del discurso, se hace en términos de variación porque implica una elección de léxico, estructuras y funciones: «esta variación está en función de todos los elementos que intervienen en la interacción comunicativa y de su contexto. Y creemos que es una variación que está dentro del concepto de ‘registro’» (Carrillo, 2005: 135-136).

En una postura dispar de las anteriores está Garrido, para quien el registro es el resultado de un estilo recurrente. Este autor concibe el registro como un ente institucionalizado procedente de un estilo no fijado:

El registro es un estilo de habla ligado a contextos situacionales recurrentes, [...]; si sustituimos los «contextos situacionales» por «tipos de textos», llegamos a esta idea del registro como las propiedades fijas que originariamente son decisiones de estilo en el discurso, y que pasan a ser características de los tipos de textos. Por ejemplo, la redacción de un escrito académico supone opciones que de otro modo serían de estilo, pero que al estar fijadas para ese tipo de textos constituyen el registro académico. Del mismo modo, se puede hablar de un «estilo» de un autor o de un periódico, pero en los términos presentes se trata más bien, una vez que está fijado, de un tipo de texto y, en los asuntos que corresponden al discurso y sus unidades constituyentes, de un registro (Garrido, 2007: 156).

La concepción de estilo como diversidad, sugerida por la lingüística sistémica y por la textual, así como por la pragmaestilística, también está lejos de la definición de estilo como estrategia retórica. Esta última postura, cuyo origen se remonta a la retórica clásica y a las nociones aristotélicas de la elocutio (corrección, claridad, elegancia y decoro o propiedad) tiene su correspondencia en las teorías tradicionales del estilo periodístico (el estilo singular y único de los periodistas) de autores como Emil Dovifat, Martín Vivaldi, Martínez Albertos o Álex Grijelmo.

Para Dovifat (1964: 165) las cualidades del estilo periodístico son la claridad, la concisión y captar la atención del lector. Martín Vivaldi (2000: 196; 1986: 29-37) enumera la claridad, la concisión, la sencillez y la naturalidad como las principales, aunque añade otras: densidad, exactitud, precisión, originalidad, brevedad, variedad, atracción, ritmo, color, sonoridad, detallismo, corrección y propiedad. Por su parte, Martínez Albertos (1991: 207) considera que el estilo periodístico debe tener: concisión, claridad, captación del interés del lector, lenguaje de producción colectiva, lenguaje mixto, rigor informativo y rapidez. Para otros, como Álex Grijelmo (2004: 300), el estilo periodístico es la claridad, basada en el orden lógico y en la concisión. En resumen, todos tienen en común la identificación de la claridad y de la concisión con el buen estilo. Pero comparten algo más, una máxima que Martín Vivaldi resume así: «el buen estilo es carecer de estilo» (2000: 301). El concepto tradicional de estilo está, pues, ligado al mito de la objetividad, algo que estudios más recientes denuncian:

Els teòrics de l'anàlisi del discurs –especialment de l'anàlisi crítica–, han posat de manifest que les notícies, que els textos que ofereixen els mitjans no són còpies neutres de la realitat, sinó que constitueixen representacions del món, construccions amb una càrrega afegida de valors, ideologies, concepcions. En definitiva, que imposen maneres de veure la realitat a través dels diferents estils, a través de les diverses formes de donar compte d'aquesta realitat que posen en marxa els periodistes-autors dels textos (Palau, 2009: 384).

Además, la elección de un estilo u otro es, como señala Vellón (2011: 677), un mecanismo cognitivo:

El estilo no es una simple expresión de la elocutio, sino un mecanismo cognitivo capaz de generar una representación particular de la realidad. Ello significa que la selección estilística supone un

modelo de formalizar una realidad discursiva, lo que en el terreno periodístico plantea de nuevo la controvertida cuestión acerca de la neutralización del estilo informativo.

En definitiva, y a modo de resumen de la postura que defendemos, entendemos que el estilo es algo más que un énfasis estético o expresivo y que su manifestación va más allá de unos parámetros determinados por la claridad, la concisión y la objetividad. La noticia presenta un registro lingüístico concreto, reconocible e institucionalizado, pero, dentro de ese registro, las variables de campo, tenor y modo determinan el estilo.

### **2.1.5. Modelos de periódico: generalistas vs. especializados**

Tras definir el género de la noticia y el discurso periodístico como tipología textual y hacer una introducción al concepto de estilo, cabe ahora fijarse en la caracterización de los modelos de periódico de información general y de información especializada en deportes o economía. Esta reflexión nos parece esencial, ya que planteamos como una de nuestras hipótesis que el modelo de periódico también se refleja en las características lingüísticas de las noticias.

Las diferencias entre los periódicos generalistas y los especializados se manifiestan a todos los niveles: desde la temática a las audiencias, pasando por la línea editorial, el formato, el uso del lenguaje, la formación del periodista, el objetivo de sus noticias, los actores que intervienen en ellas o los valores empresariales. Además, las diferencias existentes en el grupo de prensa especializada son considerables: las exigencias discursivas en torno a la información deportiva (generalmente, del deporte de masas, el fútbol) están alejadas de las que corresponden a la economía. Por esa razón, es necesario revisar la caracterización de los tres modelos de prensa que conforman el corpus.

Enguix (2015: 123-124) ha realizado una revisión de las características establecidas por la bibliografía sobre el periodismo especializado (estas son: la especificidad temática, el enfoque en profundidad, la metodología de investigación, el recurso a fuentes expertas, la necesidad de formación complementaria a la propiamente periodística, la orientación a audiencias segmentadas, el uso de géneros textuales concretos y la adecuación lingüística), y ha llegado a la conclusión de que las características que se aplican al periodismo especializado pueden darse a la vez o no, pueden formularse en unos textos especializados, pero no en otros e, incluso, pueden aplicarse al periodismo generalista.

De lo que no hay duda es de que la temática es uno de los rasgos más distintivos para diferenciar la prensa generalista de la especializada. La generalista incluye todo tipo de información de actualidad, mientras que la especializada está dedicada a una área concreta. Salaverría (2005: 61) describe las diferencias en el tipo de lector: «la prensa especializada persigue satisfacer las necesidades y demandas informativas del sector social particular al que se dirige, mientras que la prensa generalista tiene como objetivo a un lector indefinido». Estrechamente vinculados al lector, las formas de representar la realidad y los canales de distribución para llegar a su público son distintos. Coca y Peñalva (1998: 65) recalcan que el carácter masivo del público de los medios convencionales hace que estos usen canales tradicionales para su difusión, mientras que los especializados pueden permitirse otras vías de distribución más restringidas (por ejemplo, la suscripción). Por otro lado, respecto a la forma de representar la realidad, los especializados se ciñen a su campo y solo hacen referencia a la actualidad global si está relacionada con su ámbito. En cambio, en los medios de información general existe una interrelación entre las noticias, ya que el medio se entiende como un todo.

También son evidentes las diferencias en el uso del lenguaje. La bibliografía ha recogido posturas contrapuestas al respecto. Algunos autores recalcan que los periódicos especializados se permiten la licencia de usar tecnicismos relacionados con su área, mientras que en los de información general predomina un lenguaje más accesible para el «lector común» (Borrat, 1993: 80). Sin embargo, otros opinan que el lenguaje accesible se le debe exigir al periódico especializado, que debe llevar a cabo «una estrategia de acercamiento al lector» (Pano, 2012: 777). Así lo matiza, por ejemplo, del Río (2010: 101-102), refiriéndose a la prensa económica:

Una de las máximas del periodismo es que la información se escriba con claridad y de manera directa para que alcance al mayor número de gente posible, y la información económica no es ajena a esta norma. El público que demanda noticias económicas, al margen de que se divulguen en medios generalistas o especializados, exige que sean inteligibles. Se les pide un lenguaje accesible para la ciudadanía en general y que no vaya dirigido solamente a expertos, ya que la información económica, por afectar directamente al bolsillo de los consumidores, despierta una gran sensibilidad en los mismos.

Los autores también aportan sus propuestas al debate sobre divulgación y vulgarización. Esteve (2010: 16) defiende que la precisión terminológica no se debe abandonar, ya que «nos encontramos con algunos periodistas que intentan salvar la dificultad terminológica que ofrecen determinadas áreas periodísticas como la científica o la económica mediante la utilización de un lenguaje que raya en la vulgarización». Otros estudiosos, sin embargo, ven con buenos ojos la vulgarización de los contenidos. De hecho, Martínez Albertos (1981: 285) se refiere a la especialización dentro de las secciones:

Se canaliza este periodismo a través de los diarios de información general, dentro de secciones tipificadas por su alto grado de especialización. Se dirige, por lo tanto, a un público teóricamente tan amplio como puede ser la audiencia global de cada periódico. Trata los temas con mentalidad propia de una verdadera información de actualidad y con un estilo genéricamente periodístico, basado en los métodos propios de lo que se entiende por vulgarización.

A este respecto, si por algo se caracterizan los estudios sobre el periodismo especializado, es por los múltiples tratamientos y definiciones postulados sobre el término, tanto en su faceta profesional como académica. De hecho, Gallego (2004: 19) admite que no hay un consenso en cuanto a los criterios teóricos que lo definen; sin embargo, otros teóricos, como Borrat (1993, 1997), Sánchez (1995), Ramírez (1999) o Meneses (2007), han defendido que durante los últimos veinte años se aprecia una mayor unidad en la teoría del periodismo especializado.

En este sentido, una propuesta que nos parece adecuada al objeto de estudio de esta investigación es la de Esteve (2005, 2010). Dentro del periodismo especializado, hay variantes tan lejanas entre sí y con unas características tan determinantes que fijan un modelo dependiente de los distintos grados de especialización de los periodistas. Esteve habla de distintos «niveles de especialización» (2010: 12). El primer nivel corresponde al menor grado de especialización y se dirige a una audiencia amplia. Se identifica con las secciones en un periódico de información general (cultura, sociedad, nacional, deportes, economía); en el segundo nivel se encuentran los suplementos y las páginas especiales de los periódicos de información general, que ofrecen informaciones específicas sobre áreas concretas (cultura, deportes o economía); su audiencia está interesada en determinados temas de actualidad. El tercer nivel es el de aquellos medios especializados en una parcela de actividad humana en concreto, para unos lectores interesados especialmente en ese



tema y con un conocimiento suficiente sobre él. En este trabajo toman importancia el primer y el tercer nivel de especialización, ambos imprescindibles para los objetivos propuestos porque la especialización, en su definición más amplia, convierte a la noticia en un género polifacético, en el sentido de Borrat (1993: 83):

No constituyen notas características del periodismo especializado un determinado tipo de texto, o de lenguaje, o de periódico, o de audiencia. El periodismo especializado puede encontrarse en cualquier tipo de textos (narrativos, descriptivos, argumentativos), de lenguajes (de alto nivel teórico, de divulgación ilustrada, de divulgación popular), de periódicos (de información general y de información selectiva; comerciales, militantes, académicos; de circulación transnacional, nacional, regional, local) y de audiencias (de masas, de elites, de especialistas).

Para nuestro trabajo, se ha escogido la prensa especializada deportiva y la económica, puesto que, además de tener su correspondencia en forma de secciones típicas de la prensa convencional, se consideran las dos áreas con mayor nivel de especialización.

#### 2.1.5.1. Particularidades de la prensa especializada en deportes

La prensa deportiva especializada, la del tercer nivel de especialización, está representada en este trabajo por tres cabeceras: *Marca*, *Sport* y *As*. El deporte es un fenómeno cultural de gran arraigo en las sociedades actuales y el gran interés que suscita se plasma en la gran oferta mediática que existe en todos los soportes y canales. Los altos índices de audiencia<sup>50</sup> que registra la prensa deportiva es otra muestra de su elevado consumo, algo que tiene que ver con uno de sus principales objetivos: además de informar, los textos periodísticos deportivos también tienen la función de entretener. Este binomio información-entretenimiento sitúa a la prensa deportiva en un lugar cercano a la prensa popular:

La prensa deportiva española, con el objetivo de entretener tanto o más que informar y educar, ha evolucionado adoptando algunos rasgos típicos de la prensa más populista o sensacional, a partir de un diseño llamativo que ha ido incorporando color, fotografía y todas las variantes tipográficas posibles (Rojas, 2010: 321).

---

<sup>50</sup> Solo hay que ver los resultados del EGM (correspondientes al periodo de febrero a noviembre de 2014) para corroborar que los periódicos deportivos son los más leídos en España; de hecho, se sitúan entre los diez primeros más leídos. Encabeza la lista *Marca*, con 2.504.000 lectores. El tercer puesto lo ocupa *As*, con 1.328.000; en séptimo lugar, *El Mundo Deportivo*, con 585.000 lectores y el noveno lugar es para *Sport*, con 528.000.

El periodismo deportivo ha despertado, desde hace décadas, la atracción de los investigadores, quienes han formulado planteamientos que recogen aspectos sociológicos, lingüísticos y periodísticos de esta especialización<sup>51</sup>. El evento deportivo, en sus múltiples variantes, convierte al periodismo deportivo en un «género superespecializado» (Alcoba, 1980: 202), ya que informa sobre todo tipo de acontecimientos, juegos y competiciones que exigen al periodista una formación técnica y específica en actividades deportivas concretas. Aun así, el fútbol es la actividad predominante en los medios y ha tenido una gran influencia en la configuración del «género prevalente» (Naranjo, 2011) del periodismo deportivo: la crónica<sup>52</sup>.

El género de la crónica ha sido definido por los teóricos desde una perspectiva general que se aplica a diversas esferas: los viajes, los acontecimientos culturales, los sucesos, la política, el corazón, los tribunales, los toros o los deportes. Así pues, las características principales de la crónica las expone Martínez de Sousa (1992: 135-136) en su definición:

Artículo narrativo, valorativo, interpretativo e informativo, de extensión variable y sobre temas de actualidad, generalmente narrado según un orden cronológico de los acontecimientos, que aparecen regularmente bajo un mismo titular o viñeta, normalmente escrito por el mismo periodista.

Según Hernández Alonso (2003: 45), «toda crónica parte de una noticia, a la que luego valora y explica dentro de un contexto determinado». Más concretamente, «los textos deportivos mezclan el relato detallado del acontecimiento [...] con valoraciones personales importantes» (Hernández Alonso, 2012: 177). Precisamente, la interpretación es uno de los rasgos del periodismo deportivo y está tan institucionalizada que hasta los libros de estilo se manifiestan explícitamente sobre la conveniencia de «la necesaria coexistencia de información y opinión en la crónica deportiva» (*El Mundo*, 1996: 35). Así, la

---

<sup>51</sup> Muestra de ello son los trabajos de Alcoba (1980, 1993, 1999, 2005); Castañón (2002, 2006, 2012); Paniagua (2003); Hernández Alonso (2005, 2012); Guerrero (2002); Rojas (2010) o Naranjo (2011).

<sup>52</sup> Arrechea (2013) ha documentado la primera crónica periodística de un partido de fútbol jugado en España, lo que demuestra que su tradición histórica también ha repercutido en la consolidación de este género: «El partido jugado el 8 de marzo de 1890 entre el Huelva Recreation Club y el Club de Football de Sevilla en el hipódromo hispalense de la Dehesa de Tablada fue considerado por la prensa de la época (incluso por algún diario británico como *The Dundee Courier*) como el “primer partido de football jugado en España” y ese dato ha sido repetido en numerosas obras y divulgado recientemente en el contexto de la polémica sobre la identificación de aquel Club de Football de Sevilla de 1890 y el Sevilla Fútbol Club fundado en 1905». En línea: <http://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2013/01/primera-chronica-periodistica-de-un-partido-de-futbol-jugado-en-espana/>

subjetividad del periodista subyace en la forma de narrar los acontecimientos en un género conformado por

textos abiertos en los que no solo caben referencias deportivas; en ocasiones, junto a estas, aparecen un gran número de detalles ajenos al deporte o con ligazón externa. De esta manera nos podemos encontrar con citas históricas, elementos geográficos, recordatorio de experiencias pasadas, datos biográficos de deportistas y equipos, referencias a la actualidad inmediata, anécdotas, digresiones (Hernández Alonso, 2012: 180-181).

En este sentido, resulta evidente que la prensa deportiva muestra abiertamente su favoritismo, sobre todo en el terreno futbolístico, en un nivel tan alto que los aficionados de los equipos españoles se identifican más con unas cabeceras que con otras, según el equipo al que sigan. García Candau (2005: 219) lo deja claro:

El periodismo deportivo español es tan partidista como el que se advierte en los diferentes medios en las páginas dedicadas a la política. El informador deportivo es, fundamentalmente, pasional, y ello se deja traslucir tanto en los artículos de opinión o en los editoriales como en la simple elaboración de las noticias.

La parcialidad es, pues, uno de los rasgos distintivos que diferencia el periodismo especializado deportivo del periodismo realizado para la sección de deportes de un periódico de información general, cuyos periodistas están sometidos a las normas que marca el manual de estilo del medio en cuestión, como opina García Candau (2005: 219):

En los últimos tiempos, la diferenciación, en la prensa escrita, de los periódicos de información general con respecto a los estrictamente deportivos se ha hecho más patente. Aunque también en los primeros se observa la querencia del periodista hacia un determinado club, lo hace de manera más contenida, menos militante. Se da la circunstancia, también, de que el diario ha de tener cohesión y fórmula de edición de la primera página a la última, lo que hace que en el espacio dedicado a los deportes no se den titulares tan opinativos, escandalosos o metafóricos, tan propios de los diarios especializados.

Como es lógico, esa rutina se traduce en un lenguaje que adquiere todo su valor por el propósito esencial del medio (que es, al fin y al cabo, una empresa que vende un producto de consumo): el «infotainment» (Gómez Bueno, 2014). Esta tendencia a la información y al entretenimiento «hace que en este tipo de prensa especializada cobre más

valor la anécdota, la extravagancia, la vida privada de los actores del deporte y las diferencias entre ellos que el esfuerzo de éstos, la propia competición y los valores educativos del deporte» (Gómez Bueno, 2014: en línea). De este modo, Naranjo (2011: 64) advierte que el lenguaje debe adecuarse a las expectativas del lector:

La audiencia espera una explicación de lo que transcurre en el evento deportivo; una explicación que sea sencilla e inteligible pero, al mismo tiempo, que resulte lo más completa posible. La sencillez es necesaria en este tipo de textos dirigidos a un público masivo; si bien es cierto que el introducir la terminología apropiada, junto con notas técnicas e incluso anecdóticas, suele suponer una mayor capacidad de atracción para el lector del mensaje deportivo.

Otro propósito particular del lenguaje periodístico deportivo es el de impactar al lector mediante distintas estrategias «elegidas de manera deliberada» (Oliva, 2012: 21). Se pretende atraer al lector y mantener su interés con fórmulas propias de la oralidad y de la esfera de la creatividad retórica:

La redacción deportiva aplica leyes psicológicas que transforma la información en conocimiento mediante lenguajes figurados, crea productos para impactar y seducir, esquematiza el acontecimiento, dramatiza los personajes, cuenta con una variación cíclica del interés, tiene en cuenta elementos de consumo de otros espectáculos o movimientos socio-culturales y da preferencia a la oralización del lenguaje y su registro coloquial. (Castañón, 2006: en línea).

#### 2.1.5.2. Rasgos distintivos de la prensa económica

La prensa especializada económica está representada en este trabajo por las cabeceras de *Cinco Días* y *Expansión*. A diferencia de la prensa deportiva, que es la más leída, la prensa económica tiene unos índices de audiencia discretos<sup>53</sup>. La información económica, a pesar de que con la crisis ha ganado interés, sigue siendo una información circunscrita a los círculos empresariales, financieros y bursátiles. Por otro lado, hay que distinguir entre la información de economía de los periódicos generalistas y la información

---

<sup>53</sup> *Expansión* fue leído en el periodo de febrero a noviembre de 2014 por 163.000 lectores. El EMG no dispone de datos sobre *Cinco Días*. Según la información de la OJD, *Expansión* tiene un promedio de difusión de 27.987 ejemplares, mientras que *Cinco Días*, 25.112 ejemplares. Estos periódicos funcionan mejor en Internet, puesto que es en ese soporte donde ofrecen los datos más actualizados, de gran interés para los usuarios de este tipo de prensa. De hecho, como explica Calvo *et al* (2013: 36), «la información financiera y empresarial es especialmente apta para el consumo en tiempo real, conforme cambian los mercados».

que ofrecen los periódicos económicos. La principal diferencia radica en el tipo de publicación y en este criterio se basa una de las hipótesis que planteamos en este trabajo: ¿hasta qué punto los rotativos especializados en economía acercan sus informaciones al público no experto? ¿Son más proclives los periódicos de información general a producir contenidos más próximos al lector medio que las publicaciones especializadas?

Si nos centramos en los rasgos de la prensa salmón<sup>54</sup>, la especializada, la mayor parte de informaciones está destinada a un lector especialista en la materia: empresarios, inversores, accionistas, directivos, ejecutivos, abogados o analistas. Los bloques informativos o subespecialidades que podemos encontrar entre sus páginas lo corroboran. Del Río (2010: 103) los identifica con la macroeconomía (economía general); la microeconomía (la información de empresas); la información financiera y monetaria (bancos, seguros, política monetaria); la información de bolsa y mercados de capitales y la generada por la Unión Europea.

No obstante, con la crisis y el creciente interés de los españoles por cuestiones económicas, estos periódicos especializados también han ocupado sus páginas con contenidos relacionados con la economía doméstica (vinculada al ahorro en el sector servicios o la tecnología, así como a la búsqueda de empleo). De esta forma, son habituales temas como los precios de los carburantes, la conducción eficiente, comparativas sobre móviles o vehículos, especiales sobre hipotecas, sobre planes de pensiones o estrategias para encontrar trabajo. En este sentido, los periódicos especializados económicos concentran entre sus contenidos diferentes grados de especialización, ya que, aunque el perfil mayoritario de público al que va dirigida esta información sea un lector experto, cada vez más hay contenidos para un público más variado. Así pues, el lenguaje utilizado por los periodistas está «condicionado por la cantidad de información compartida entre emisor y receptor, pero también por la finalidad del texto» (Martínez Lanzán, 2010: 712).

En este contexto, aunque el periodismo económico fue una de las primeras especialidades en la profesión, «por su contenido, difícil de digerir por el público general, y por el elitismo del mundo del que procede, la información económica no ha sido materia

---

<sup>54</sup> A la prensa económica se la conoce como *prensa salmón* o *asalmonada* debido al color característico de sus páginas, cuyo origen se remonta al siglo XIX y al periódico londinense *Financial Times*, que quiso diferenciarse de la competencia cambiando el color de impresión del periódico. Debido a su gran éxito de ventas, muchos medios económicos imitaron el modelo del *Financial Times* y empezaron a imprimirse en color salmón, lo que se convirtió en una seña de identidad de este modelo de prensa.

fácil entre los profesionales del periodismo» (Calvo, 2011: 57). De hecho, las estrategias discursivas para acercar estos contenidos al público general son las mismas que podemos encontrar en otros ámbitos especializados, como la ciencia o la tecnología, donde la reformulación se combina con otros mecanismos para transmitir la información de la forma más eficaz: «las prácticas divulgativas no se limitan a una simple exposición de contenidos reformulados en un lenguaje asequible sino que obligan a operaciones discursivas más complejas de reelaboración y de recontextualización» (Vellón, 2014a: 102). La voluntad didáctica se manifiesta, así, mediante fórmulas que van desde la ejemplificación, la contextualización, la explicación o la comparación. Pero transmitir de manera eficaz contenidos especializados a un público segmentado pasa por un equilibrio entre la simplificación y el rigor, como señala Arrese (2006: 49): «un periodismo económico que quiera avanzar en el camino de la veracidad, la relevancia, el interés y la comprensión de sus contenidos, tendrá que hacer frente al compromiso entre simplicidad y rigor».

# CAPÍTULO 3.

## METODOLOGÍA, APLICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL CORPUS

*Un corpus textual es un conjunto muy amplio de textos de los más diversos tipos, representativos del estado de una lengua, en formato electrónico y codificados de modo que sea posible obtener de él la información que requiere la investigación lingüística en cualquiera de sus ramas.*

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2017)





### 3.1. METODOLOGÍA DE TRABAJO

#### 3.1.1. Justificación

La base de esta investigación es el corpus de textos en el que se fundamenta. A este respecto, se ha destinado prácticamente un año a la compilación y elaboración del corpus de textos periodísticos, pero el resto de años lectivos del doctorado ha sido de constante revisión y depuración del mismo, así como de investigación y aprendizaje sobre codificación y etiquetado<sup>55</sup>. Por un lado, el corpus se ha recopilado accediendo a las versiones impresas, a través de suscripción digital<sup>56</sup>, de los medios de análisis, lo que ha supuesto encontrarse con plataformas distintas y diferentes maneras de acceder a las informaciones. El método que se ha seguido ha consistido en copiar y pegar cada una de las noticias firmadas encontradas a un documento de texto, incluyendo los datos relativos a la autoría, sección, número de página y lugar de publicación. Por otro lado, esta tarea de compilación del corpus ha supuesto una complejidad añadida al trabajo, ya que, además de la recopilación manual de cada uno de las noticias del corpus, también ha comportado la realización de varias revisiones (también manuales) para detectar y subsanar posibles errores con el fin de mejorar al máximo el corpus y trabajar con un número de palabras fiel a los textos originales: se han eliminado, por ejemplo, noticias repetidas, o se han corregido noticias incompletas o que procedían de agencias de comunicación que aportan su propio modelo de escritura informativa, lo que podía afectar a algunos de los criterios de análisis contemplados en esta tesis.

Resulta evidente que los corpus disponibles en la actualidad sobre lengua escrita son una herramienta fundamental en la investigación lingüística. Los corpus de referencia, como el *Corpus de Referencia del Español Actual (CREA)*, el *Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES XXI)* o el *Corpus del Español (CE)* de Mark Davies, entre otros<sup>57</sup>, han ido ampliando sus textos y sus funcionalidades, y hoy en día son herramientas completísimas que tienen

---

<sup>55</sup> La codificación de los datos extratextuales a partir del corpus simple y el etiquetado inicial los realizaron la profesora María Calzada Pérez y Fernando Gabarrón Barrios, de la Universitat Jaume I. El etiquetado que finalmente se utilizó en esta investigación, por responder de manera más precisa a las necesidades de los objetivos planteados, se realizó de forma automática mediante la herramienta *Hispal Parser* (Echard Beck, Southern Denmark University).

<sup>56</sup> La suscripción digital se ha efectuado a través de las plataformas *Kiosko y más* y *Orbyt*.

<sup>57</sup> Guillermo Rojo (2016) desarrolla un estado de la cuestión sobre los corpus disponibles en español oral y escrito. Por su parte, de Benito (2019) hace un análisis de la usabilidad de los trece corpus más importantes del español.

incorporadas todas las utilidades de los textos y de los programas de concordancias<sup>58</sup>. Sin embargo, consideramos diseñar un corpus textual propio para esta investigación. Esta decisión se fundamenta en una serie de razones necesarias para alcanzar los objetivos de este trabajo.

De entre las facilidades y ventajas del uso de corpus de referencia, recalamos las del *CORPES XXI*, cuyas búsquedas se pueden realizar por categoría gramatical y por subcorpus. Con esta última opción, supera en practicidad al *CREA*, pues incorpora las tipologías textuales entre las opciones de búsqueda. De hecho, en lo que respecta al análisis de los textos periodísticos, el *CORPES* permite que el usuario pueda discriminar el género informativo y el área temática, con lo que sería útil para realizar un estudio sobre el género de la noticia como el que planteamos.

Sin embargo, un corpus propio se elabora en función de las necesidades concretas del estudio y es más flexible para establecer categorías o divisiones. Por ejemplo, en nuestro corpus, como se explica más adelante, se han clasificado las noticias en unas secciones temáticas concretas que no tienen por qué coincidir con la división propuesta en el *CORPES*. De hecho, en este trabajo diferenciamos, atendiendo a una de las hipótesis de la tesis, la temática política de la de economía, mientras que en el *CORPES* aparecen agrupadas. Exactamente igual ocurre con el área de deportes, la cual aparece integrada dentro de *Artes, cultura y espectáculos* en el corpus de la RAE. Asimismo, el hecho de recopilar textos de un periodo de tiempo concreto garantiza que todos ellos traten informaciones similares, y ello reafirma el objetivo comparativo de la tesis: los resultados no se atribuyen a las diferencias en las noticias, sino a las diferencias en el tratamiento de esas noticias. Finalmente, en el *CORPES* no están representadas todas las modalidades de prensa necesarias para nuestra investigación, pues no contiene ejemplos de los periódicos especializados.

Otra de las razones de peso de haber optado por un corpus propio tiene que ver con una de las hipótesis que planteamos: hay diferencias en el estilo de la noticia digital con respecto de la versión impresa. Defendemos la idea de que la información de la web es propensa a la simplificación, de la misma manera que, por el contrario, la información

---

<sup>58</sup> El corpus de Mark Davies fue el primer corpus anotado en español; desde hace casi dos décadas permite búsqueda por lemas, categorías gramaticales, sintácticas y semánticas. En lo que respecta a los corpus de la Real Academia Española, en el año 2015, se publicó la versión anotada del *CREA* y también ese año se permitió la consulta por categoría gramatical del *CORPES XXI*.

impresa tiende a la profundización. En la primera, la digital, la exigencia de la inmediatez comunicativa de Internet es la causante de un descenso de la calidad de las noticias. Sobre esta cuestión, Ramírez *et al.* (2013: en línea) han documentado que las noticias digitales no aprovechan los recursos de su propio medio para ahondar en las 6 W's e introducen menos perspectivas o puntos de vista que las noticias de los medios impresos. En los corpus de la RAE no hay una distinción entre las noticias que proceden de la web y las que pertenecen a medios impresos, por tanto, no se podría constatar nuestra hipótesis. Esta es la principal razón de haber obviado un corpus como el *Corpus del Español* de Mark Davies, puesto que, a pesar de sus grandes posibilidades debido a su extensión<sup>59</sup>, solo ofrece material de la web.

Así pues, pensamos que la utilización de un corpus propio está más que justificada en el presente estudio por las razones expuestas, de forma que nos encontramos ante un recurso:

- a) compuesto únicamente por noticias (escogidas bajo unos requisitos de selección, entre ellos, la pertenencia al medio impreso),
- b) de 10 cabeceras muy concretas, según línea editorial y modalidad informativa,
- c) y clasificado en cinco subcorpus, atendiendo a las siguientes áreas temáticas: política, deportes, economía, sociedad y cultura.

### 3.1.2. Corpus simple vs. corpus anotado

La metodología propuesta para el estudio de esta tesis doctoral parte de la elaboración, codificación y anotación de un corpus compuesto de textos periodísticos de medios de comunicación impresos. Un corpus es, si atendemos a la definición del *DRAE*, «un conjunto lo más extenso y ordenado posible de datos o textos científicos, literarios, etc., que pueden servir de base a una investigación». Por su parte, *El Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES XXI)*, señala que:

En lingüística, se llama corpus a un conjunto formado por miles de textos (novelas, obras de teatro, guiones de cine, noticias de prensa, ensayos, transcripciones de noticiarios radiofónicos o televisivos, transcripciones de conversaciones, discursos, etc.) y cientos de millones de formas. Son empleados

---

<sup>59</sup> En 2020 el *CORPES* recoge alrededor de 300 millones de palabras, mientras que el *Corpus del Español* de Mark Davies tiene un tamaño de 1.985 millones de palabras.

habitualmente para conocer el significado y características de palabras, expresiones y construcciones a partir de los usos reales registrados. Dado el tamaño que poseen, los corpus tienen que estar en formato electrónico.

En la caracterización de los corpus lingüísticos, debemos tener en cuenta los conceptos de representatividad, criterio, selección u objetivos. Así pues, McEnery y Wilson (1996: 24) lo definen como «a finite-sized body of machine-readable texts sampled in order to be maximally representative of the language variety under consideration». Para Martí y Castellón (2000: 151), «un corpus és una mostra d'una llengua que habitualment s'ha construït a partir d'una selecció de textos realitzada segons uns determinats criteris i amb un determinat objectiu».

Por su parte, Villayandre hace referencia al concepto de representatividad:

Un corpus que pretenda ser representativo de una lengua en toda su variedad (español, inglés, francés...) no podrá conformarse con unos pocos millones de palabras mientras que un corpus cuyo objetivo sea describir un sublenguaje (jurídico, informático....) puede permitirse un tamaño más reducido (2008: 341).

En definitiva, un corpus es, siguiendo la definición de Santalla (2005: 46), «un conjunto de textos de lenguaje natural e irrestricto, almacenados en un formato electrónico homogéneo, y seleccionados y ordenados, de acuerdo con criterios explícitos, para ser utilizados como modelo de un estado o nivel de lengua determinado, en estudios o aplicaciones relacionados en mayor o menor medida con el análisis lingüístico». En este caso, los textos del corpus de esta tesis son modelo del lenguaje periodístico escrito, para el estudio de las relaciones sintácticas y lógico-semánticas.

Una vez seleccionados los textos, se ha confeccionado el corpus. En primer lugar, se ha pasado a texto plano (en .txt y XML), que es el formato que admite el programa de concordancias utilizado para el análisis textual. Asimismo, además del corpus crudo (con las muestras textuales originales), se ha efectuado una versión del corpus anotada morfosintácticamente, para trabajar ciertos fenómenos lingüísticos mediante etiquetas.

El etiquetado gramatical, también denominado *part-of-speech tagging*, *POS tagging* o *POST*, es el proceso de asignar a cada una de las palabras o símbolos de un texto un código que indica su categoría gramatical. Este proceso se puede realizar según la definición de la palabra o de acuerdo al contexto en que aparece. Así, por ejemplo, la

etiqueta *V PR 3S IND VFIN* aparece junto a la forma conjugada *preside*; *KC* es la marca de las conjunciones y la etiqueta *PU* hace referencia al guion o al paréntesis.

Este sistema resulta eficaz y conveniente en el análisis lingüístico de cuestiones gramaticales y no es tan necesario si se analizan aspectos léxicos. En el caso de esta tesis, se ha utilizado en la medida en que el etiquetado ha sido positivo para el análisis y se ha obviado cuando no ha sido así. Se ha considerado que una herramienta de estas características está para facilitar y ayudar al análisis, no para perjudicarlo. En este sentido, son varios los autores que hablan de las ventajas e inconvenientes de los corpus anotados. Entre las ventajas, McEnery (2003: 454-455) alude a la facilidad de explotación, la posibilidad de reutilización, la multifuncionalidad o la mayor objetividad de los corpus. Respecto a los problemas, cabe destacar la dificultad de distinguir el texto original, ya que las etiquetas se mezclan con él; la imposición de un análisis lingüístico ya preestablecido o la posible disminución de la precisión en los análisis.

El corpus se ha etiquetado mediante el sistema *VISL*, *Visual Interactive Syntax Learning*, un proyecto de investigación y desarrollo del *Institute of Language and Communication*, de la University of Southern Denmark (SDU), dirigido por el lingüista Eckhard Bick. Concretamente, la herramienta utilizada es *Hispal Parser (Constraint Grammar-Based Parser for Spanish)*, un etiquetador con anotaciones morfológicas y sintácticas basado, en parte, en un proyecto anterior en lengua portuguesa: *Palavras*. Según las pruebas e investigaciones de Bick (2006: en línea), aunque no hay datos que lo puedan comparar con otros etiquetadores en español, como *Connexor's Machine*<sup>60</sup> o *Freeling* (Padró *et al.*), la precisión sintáctica de *Hispal Parser* es de un 95-96%. Pero esta cifra puede variar tímidamente, según Bick (en comunicación personal), debido a los datos, la granularidad o nivel de detalle de la etiqueta y la metodología de evaluación. A pesar de estos posibles inconvenientes, varias razones de peso han influido para utilizar este programa para nuestro corpus de estudio:

- a) Por un lado, su accesibilidad. Aunque el programa es de pago (como la mayoría), dispone de una versión de uso libre en su página web<sup>61</sup>, en la que cualquier usuario puede subir sus textos originales, aunque limitados a un tamaño concreto. El programa

---

<sup>60</sup> En línea: <http://www.connexor.com/demo/syntax/>

<sup>61</sup> <https://visl.sdu.dk/visl/es/parsing/automatic/upload.php>

ofrece un enlace con el texto ya etiquetado pasados unos minutos (el tiempo de espera depende del tamaño del texto original). Una de las condiciones para utilizar esta interfaz es que los textos subidos por el usuario pasarán a formar parte de la base de datos del proyecto.

- b) Por otro lado, su usabilidad, entendida como efectividad y practicidad. El usuario no tiene por qué tener conocimientos informáticos avanzados, ya que la versión libre no requiere de ninguna instalación ni mediante la línea de comandos ni a través de instaladores.
- c) Por último, su sistema de anotación. Hay varios etiquetadores morfológicos en español, sin embargo, ninguno de ellos contaba con una anotación tan concreta como *Hispal Parser*. Para nuestro análisis, necesitábamos discernir, por ejemplo, el *que* conjunción del *que* pronombre y, tras varias pruebas con otros etiquetadores, ninguno ofrecía la precisión de este.

¿Por qué utilizar un corpus anotado? Aunque desde el primer momento del estudio teníamos en mente las palabras del creador de *Wordsmith Tools*, Michael Scott (en comunicación personal), de que cuanto más limpio esté un corpus, más objetivos son los resultados obtenidos, también jugábamos con la premisa de que las búsquedas fueran lo más prácticas posible. En este sentido, por ejemplo, no era lo mismo rastrear cada una de las formas de los relativos (con todas sus variantes con y sin preposición y con y sin artículo) –con la consiguiente limpieza manual para distinguir, por ejemplo, el *que* conjunción del *que* relativo–, que buscar directamente la etiqueta de relativo (*<rel/>*) en el corpus anotado. Con todo, cabe decir que siempre hay que realizar una revisión de las concordancias obtenidas para eliminar ocurrencias que no concuerdan con los objetivos de la búsqueda.

**Figura 1.** Ejemplo de anotación del corpus mediante *Hispal Parser*

<code>&lt;/metadata&gt;Merkel lleva el ardor europeísta al corazón del poder de Reino Unido</code>	
la	<code>[la] &lt;*&gt; &lt;allupper&gt; DET F S &lt;artd&gt; &lt;dem&gt;</code>
canciller	<code>[canciller] &lt;Hprof&gt; &lt;'chancellor'&gt; N M S</code>
alemana	<code>[alemán] &lt;jnat&gt; &lt;'German'&gt; ADJ F S</code>
defiende	<code>[defender] &lt;ante^vtp&gt; &lt;'defend'&gt; V PR 3S IND VFIN</code>
en	<code>[en] PRP</code>
londres	<code>[Londres] &lt;*&gt; &lt;Ltown&gt; &lt;'London'&gt; PROP M S</code>
un	<code>[un] &lt;quant2&gt; &lt;arti&gt; DET M S</code>
papel	<code>[papel] &lt;'paper'&gt; &lt;sem&gt; &lt;'role'&gt; N M S</code>
central	<code>[central] &lt;'central'&gt; ADJ MF S</code>
británico	<code>[británico] &lt;jnat&gt; &lt;'British'&gt; ADJ M S</code>

Además, el corpus está codificado con la etiqueta extratextual de *metadata*, que incluye la información sobre la elaboración de la noticia: medio, ciudad, autor, fecha, número de página y tema. Así, estos datos externos se han podido obviar del análisis, de forma que los porcentajes obtenidos son más exactos, pues en el cómputo del número de palabras tampoco se han tenido en cuenta estos datos relacionados con la producción de la información.

**Figura 2.** Ejemplo de codificación del corpus

```
<metadata>ABC (Madrid)ALBERTO GARCÍA REYES SEVILLA  
2 mar. 2014  
72  
CULTURA</metadata>  
El legado póstumo de Paco de Lucía  
El guitarrista estaba ultimando un disco dedicado a la copla y sus hijos mayores le habían grabado un documental sobre su vida. La copla le perdía. Toda la discografía de Paco de Lucía está determinada por este género. Decía que los compositores de copla eran una fuente inagotable para la renovación del flamenco. Y en sus falsetas hay decenas de referencias a partir de las cuales se inspiraba para componer su propia música [...].
```

El análisis del corpus se ha llevado a cabo con el programa *WordSmith Tools*, en sus versiones 7 (inicialmente) y 8 (Michael Scott, 2020), del cual se ha utilizado la herramienta *Concordance*, que produce listados de aparición de una palabra específica acompañada del texto que la rodea. Para el análisis cuantitativo se han tenido en cuenta el número de palabras de cada sección y el número de palabras en cada periódico. En ese cómputo, se han contado las palabras del cuerpo de la noticia, incluyendo las del titular y el subtítulo. De esta manera, se han obviado los datos acerca del autor, la sección, la ciudad, la fecha de publicación y demás información relacionada con la producción de la noticia. Ante un corpus de dimensiones variables (cada medio y cada sección cuenta con un número de palabras distinto), las frecuencias absolutas obtenidas se han normalizado, teniendo en cuenta las ocurrencias por 100.000 palabras de texto.

De esta forma, como afirman de la Cruz y Tejedor (2003: 130), «las evidencias que nos proporciona el análisis de los datos recogidos en un corpus a través de concordancias ayuda a un estudio más preciso de la unidades léxicas de la lengua, de sus relaciones con otras unidades, de su comportamiento sintáctico, de sus significados más usados, de los contextos en los que se utiliza». Así, el sistema de búsquedas se ha efectuado a partir de unos criterios concretos y adaptados a cada término o expresión de análisis. En ellos, se ha

tenido en cuenta o se han discriminado ciertos contextos, con el fin de delimitar los resultados a los objetivos de la tesis.

### 3.1.3. Aplicación de la propuesta de Halliday

Para este trabajo se han realizado modificaciones y adaptaciones de la propuesta de Halliday, de acuerdo con las necesidades que exigen el contexto al cual se va aplicar nuestro análisis y la naturaleza del español. Se ha elaborado, así, una interpretación de las relaciones lógico-semánticas, con el fin de ajustar lo máximo posible la teoría de Halliday a la lengua española<sup>62</sup>, pero teniendo en cuenta las aportaciones de otros autores del ámbito hispánico que consideramos esenciales.

Como hemos visto, las relaciones lógico-semánticas en el sentido de Halliday y Matthiessen se manifiestan mediante dos procesos: la expansión y la proyección de significados. Estos significados, materializados en enunciados de diferente clase (sintagmas, oraciones, párrafos) se relacionan con otros significados por medio de procedimientos variados.

Uno de ellos es la conexión: las conjunciones y los conectores discursivos. Pero esas relaciones lógico-semánticas también se presentan a través de otros fenómenos en los que cobran importancia las relaciones sintácticas. Nos referimos, concretamente, a los casos de elaboración hipotáctica y la subordinación relativa no restrictiva; de la ampliación hipotáctica y las oraciones adverbiales y, finalmente, de la proyección y el estilo directo e indirecto.

Así pues, Halliday y Matthiessen realizan una clasificación de las relaciones lógico-semánticas, basándose en un requisito: deben ampliar, mejorar o elaborar elementos textuales, desde una cláusula primaria en su conjunto, a uno o más de sus constituyentes, una cláusula compleja o un fragmento de texto superior. Es decir, se producen tanto a nivel oracional como en el textual. Pero aquí también entran en juego las relaciones paratácticas

---

<sup>62</sup> Cabe mencionar en este punto que uno de los trabajos más importantes realizados al respecto es el de Ghio y Fernández (2005), quienes han elaborado un manual sobre la lingüística sistémico-funcional aplicada a la lengua española, especialmente, a la variedad del español rioplatense, siguiendo de manera precisa el clásico de Halliday (concretamente, la segunda edición de 1994). Así, proponen ejemplos en español de las relaciones tácticas y lógico-semánticas, siguiendo fehacientemente cada una de las propuestas de Halliday.



e hipotácticas, que funcionan a nivel estructural, esto es, dentro de la oración o en sus componentes internos.

En cuanto a los primeros de los procedimientos establecidos por el autor, el de los elementos de conexión, partimos de la diferenciación entre dos conceptos que funcionan a nivel textual: *conjunction* y *conjunctive adjunct* (Halliday y Matthiessen, 2014: 107):

[textual] conjunction. A conjunction is a word or group that either links (paratactic) or binds (hypotactic) the clause in which it occurs structurally to another clause. Semantically, it sets up a relationship of expansion or projection; see Chapter 7. Among the commonest are:

(paratactic) *and or nor either neither but yet so then for*

(hypotactic) *when while before after until because if although unless since that whether to by with despite as even if in case supposing (that) assuming (that) given that provided (that) so that to as to in order to in the event that in spite of the fact that*

[textual] conjunctive Adjunct ('discourse Adjunct'). These are adverbial groups or prepositional phrases that relate the clause to the preceding text (see Table 3-4): they cover roughly the same semantic space as conjunctions. See Chapter 9, Section 9.3.

En el primer caso, estamos ante conjunciones estructurales, es decir, intraoracionales; por el contrario, el término *conjunctive adjunct* o *discourse adjunct* se refiere a las conjunciones cohesivas o interoracionales. Tanto unas como otras establecen vínculos o conexiones entre dos segmentos de texto; las primeras se sitúan en el marco oracional, creando una relación gramatical estructural; las segundas se ubican en el plano discursivo y establecen una relación cohesiva contextual: «they set up a contextualizing relationship obtaining between the clause as a message and some other (typically preceding) portion of text» (Halliday y Matthiessen, 2014: 157). Asimismo, las del primer tipo son conjunciones paratácticas e hipotácticas de la oración compleja; las del segundo, aunque pueden funcionar a veces como conjunciones paratácticas dentro de la oración compleja o pueden combinarse con ellas, Halliday no diferencia en las conjunciones cohesivas el grado de interdependencia que se establece entre los dos fragmentos de texto:

A key difference between clause complexing and cohesive conjunction is that while the clause complexing specifies (i) the nature of the logico-semantic relation, (ii) the degree of interdependency, and (iii) the clausal domains being related through the formation of univariate

structure, cohesive conjunction only specifies (i) – the nature of the logical-semantic relation. (Halliday and Matthiessen, 2014: 609).

[...]

We exemplified cohesive conjunctions that commonly occur together with structural ones in clause complexes in Chapter 7, Sections 7.4.1.1, 7.4.2.1 and 7.4.3.1<sup>63</sup>. But their real cohesive contribution is made when they are used to indicate logico-semantic relations that extend beyond the (grammatical) domain of a single clause complex. They may mark relations that obtain between two clause complexes (Halliday and Matthiessen, 2014: 610).

Finalmente, y lo más interesante para nuestro análisis, tanto unas como otras contribuyen a las relaciones lógico-semánticas que se establecen en el discurso, pues contribuyen al «discourse flow»:

The textual component within the grammar as the resource for creating discourse – text that ‘hangs together’, with itself and with its context of situation. These textual resources are of two kinds: (i) structural, (ii) cohesive. What this means is as follows. The grammar construes structural units up to the rank of the clause complex (which is what lies behind the sentence of written English); there it stops. But although the grammar stops here, the semantics does not: the basic semantic unit is the text (cf. Chapter 1, Section 1.4.2), which can be as long as a novel, an epic, or a treatise. So the grammar provides other, non-structural resources for managing the flow of discourse: for creating semantic links across sentences – or rather, semantic links that work equally well either within or across sentences. These latter are referred to collectively under the name of *cohesion* (Halliday y Matthiessen, 2014: 114).

[...]

The clause complex thus provides the resources for realizing logico-semantic relations grammatically as tactic patterns. This is the most extensive domain of grammatical structure (see Chapter 7, Table 7-3). However, in the semantic organization of text, logico-semantic relations extend beyond the semantic sequences that are realized by clause complexes; they extend to rhetorical paragraphs and even to whole texts (Halliday y Matthiessen, 2014: 609).

Partiendo de esta diferenciación de conceptos, por diversos motivos de peso (adecuación a los propósitos de la tesis, magnitud del corpus, productividad en la metodología empleada, simplificación del análisis de los resultados y limitación temporal), en nuestra aplicación de la propuesta de Halliday, hemos tomado una serie de decisiones, que justificamos a continuación.

---

<sup>63</sup> Estos tres epígrafes corresponden a la elaboración paratáctica, a la extensión paratáctica y a la ampliación paratáctica, respectivamente.

En primer lugar, no hemos hecho una distinción entre las conjunciones estructurales y las cohesivas. A este respecto, consideramos que, en nuestro caso, el enfoque que tomamos en la investigación da énfasis al valor lógico-semántico de estas unidades, y no a su rasgo gramatical, por lo que no distinguimos si funcionan a nivel oracional o discursivo, sino que las diferenciamos por el tipo de relación lógico-semántica que establecen (elaboración, extensión o ampliación). No obstante, sí hemos hecho hincapié en los valores cohesivo y estructural de dos conjunciones: *y* y *pero*. Por otro lado, pensamos que resulta más útil para nuestro análisis agrupar los resultados teniendo en cuenta el grado de interdependencia, pues, primero, entendemos, que tanto la parataxis como la hipotaxis funcionan más allá del nivel oracional, también en el textual; segundo, la parataxis también se puede dar en oraciones que sintácticamente son independientes, pero son interdependientes desde el punto de vista semántico; y tercero, como ya hemos indicado, las conjunciones cohesivas se dan conjuntamente con la parataxis, de forma que los resultados en el rango del discurso los hemos incluido dentro de la elaboración, la extensión y la ampliación paratáctica:

The logico-semantic relation is marked by a conjunction (see Chapter 6, Section 6.4.2) – either by a non-structural one that is used only in this way, i.e. only cohesively, such as *for example, furthermore, consequently*; or by a structural one whose prototypical function is to mark the continuing clause in a paratactic clause nexus (see Chapter 7, Section 7.3). The former serve as Conjunctive Adjuncts (Chapter 4, Section 4.3.3) and are very commonly thematic; the latter are simply analysed as structure markers and are obligatorily thematic as structural Theme. In fact, since conjunctions are commonly thematic. (Halliday y Matthiessen: 2014: 611).

En segundo lugar, en el análisis de las conjunciones estructurales, no hemos hecho una distinción entre las relaciones paratácticas del interior de la cláusula y las del complejo de cláusulas<sup>64</sup>, es decir, entre los grupos, sintagmas o frases y entre las proposiciones que forman la oración compuesta o compleja. Por ejemplo, no se han obviado las ocurrencias de la conjunción *y* dentro de un grupo nominal, que se ha sumado a su uso coordinando dos oraciones. Así, tomamos en consideración las siguientes afirmaciones de Halliday sobre la cuestión:

---

<sup>64</sup> Sin embargo, esto no ha sido posible en las relaciones hipotácticas en el rango del sintagma, pues combinadas con las relaciones lógico-semánticas, nos encontramos con fenómenos gramaticales de distinta naturaleza, como las oraciones de relativo especificativas, los complementos del nombre, los complementos circunstanciales o las perífrasis verbales. Se trata, pues, de elementos que se desmarcan de los objetivos de este trabajo.

Group and phrase complexes are formed out of series of nexuses just as clause complexes are formed out of series of clause nexuses. Groups and phrases form nexuses in the same way that clauses do, by a combination of parataxis or hypotaxis with some type of logico- semantic relation. [...] (2014: 559).

Groups and phrases can be linked paratactically by apposition and by coordination. As with paratactic clauses the former are elaborating in function, the latter extending. Instances of the enhancing type are less common, since the meanings are too specific to be readily expressed as a relationship between units smaller than clauses; but they do occur. There are no paratactic group/phrase complexes linked by projection. [...] (2014: 560).

En tercer lugar, hemos incluido en nuestro análisis el uso cohesivo de las conjunciones estructurales, de manera que hemos tenido en cuenta su aparición en el inicio del segmento del texto. Así, además de las ocurrencias uniendo oraciones interdependientes (mediante parataxis o hipotaxis), hemos considerado su uso entre oraciones independientes y entre párrafos, teniendo en cuenta, para ello, los signos de puntuación:

When clauses are combined with the status of equal, there is a closely agnate version where the two clauses are not brought together structurally in a clause complex but rather form a cohesive sequence [...] The two versions are treated differently in the graphology: in the cohesive sequence, the two clauses are separated by a full stop; but in the clause complex, there is no full stop separating the clauses (though there could have been a comma or even semi-colon) (Halliday y Matthiessen, 2014: 439).

Por último, en cuanto a las conjunciones cohesivas, tomamos como punto de partida a la hora de plantear nuestro análisis, un concepto clave en la teoría de Halliday: la conexión. Halliday hace referencia en su obra, por utilizarlo en su mismo sentido, al concepto de *discourse marker* (DM) de Fraser (2006). Para este autor, para que un marcador del discurso sea tal, debe establecer una relación semántica entre dos secuencias de texto, con la siguiente estructura: S1-DM+S2. Por esta razón, únicamente hemos considerado en nuestro análisis aquellas conjunciones cohesivas que funcionan como conectoras entre dos miembros del discurso y no aquellas que son operadoras. Coincidimos, así, con la afirmación de Fuentes y la diferenciación que propone esta autora entre conectores y operadores del discurso (2009: 12):

Entre las unidades que operan más allá de la oración podemos encontrarnos unas que actúan como enlaces entre enunciados, los conectores, y otras cuyo ámbito se reduce a un solo enunciado, los operadores. Para los primeros son necesarios dos miembros. El conector se sitúa entre ellos aunque tiene ciertas características específicas: puede tener movilidad en el segundo enunciado [...] Los operadores, por su parte, son unidades que se sitúan dentro del enunciado aunque no tienen ninguna función sintáctica con respecto al verbo de la oración.

Por tanto, la estructura bimembre tiene que estar presente en las ocurrencias, lo que supone una revisión posterior para discriminar aquellos usos en los que esta condición no se cumple. Por poner un ejemplo, el conector *más bien*, que se analiza dentro de la elaboración paratáctica, solo será considerado si aparece antes una información a la que rectifica: «No puede imaginarse que la paz puedan imponerla aquellos que utilizan las armas; *más bien* son aquellos que las sufren quienes tienen los argumentos para defender la estabilidad y el progreso». (DPDE, Briz, Pons y Portolés, 2008: en línea). Sin embargo, será obviado si aporta un sentido aproximativo a un elemento que no se vincula a una información anterior: «Porque las vidas de películas son más bien de mentira» (DPDE, Briz, Pons y Portolés, 2008: en línea). Lo mismo pasa con el adverbio *también*, analizado en la extensión paratáctica:

En determinadas circunstancias, funciona como enlace aditivo y la prueba de ello está en su intercambiabilidad con otros de la misma naturaleza como, por ejemplo, *además*. En cambio, en otras ocasiones no tiene tal valor. Lo demuestra el hecho de que carece de movilidad en el enunciado en el que se encuentra: si lo cambiamos al inicio del enunciado no asume función conectiva, sino que además pierde su función de operador discursivo. (Bustos, 2013a: 98).

Se ha seguido, pues, el mismo criterio para todos los casos.

Por otra parte, otro de los fenómenos que conforman las relaciones lógico-semánticas en el nivel oracional son las oraciones de relativo no restrictivas o explicativas, cuya función, en los términos de Halliday, es expandir (hipotácticamente) el significado de una cláusula. Es decir, su cometido es describir o clarificar, a modo de glosa descriptiva, la cláusula primaria en su conjunto o uno de sus constituyentes (como modificador del núcleo de un sintagma nominal). En nuestro análisis, hemos tenido en cuenta todas las variantes posibles de oraciones de este tipo (todos los pronombres, adjetivos y adverbios relativos y

todas las formas con preposición)<sup>65</sup>. Consideramos que los datos nos ofrecerán una visión general sobre el nivel de oraciones complejas en el corpus, así como una perspectiva funcional de su uso, todo ello determinante para los propósitos de nuestro trabajo, en virtud de un estilo más o menos segmentado o cohesionado (Cuenca, 2001a) y a tenor de un estilo más o menos divulgativo o explicativo.

En cuanto a las oraciones adverbiales –en sentido tradicional, el que usa Halliday– hemos buscado los nexos subordinantes de las oraciones temporales, modales, locativas, causales, ilativas, concesivas, comparativas hipotéticas, finales y condicionales, dentro de la relación de la ampliación hipotáctica. Se trata de elementos muy vinculados a la función comunicativa de la noticia y que pensamos que determinarán el grado de profundidad y documentación en la noticia.

Finalmente, en lo que respecta al apartado de las relaciones de proyección, el periódico es «un narrador polifónico» y cada autor de sus relatos y comentarios, «las voces de esta polifonía» (Borrat, 2003: 81). La referencia a declaraciones es una «estrategia de legitimación» (Martini, 2000: 22) que convierte a la noticia en un relato vivo y creíble, como señala González Rodríguez (2003: 64): «la mención de unas fuentes que se supone son de entera confianza incrementa la credibilidad del relato, añadiendo interés periodístico al mismo». Pero, al mismo tiempo, existe una interpretación por parte del escritor que repercute en dos aspectos. Reproduciendo las opiniones y declaraciones subjetivas de las fuentes, por un lado, enmascara su identidad «con los significados que reproducen otras fuentes» (González Rodríguez, 2003: 64) y, por otro, proporciona a los lectores una sola versión de los hechos, la suya:

El periódico ejerce un fortísimo control selectivo (a modo de seleccionador inapelable, filtro, portero) sobre todos los posibles personajes, fuentes y autores que permitirán cubrir un caso de la «actualidad periodística», pero también sobre los datos y significados que permitirán construir las versiones del caso. Recorre así una cadena de decisiones de exclusión, inclusión y jerarquización de los incluidos. (Borrat, 2003: 60)

En este trabajo, hemos analizado, en el nivel de la cláusula, el estilo directo y el estilo indirecto en las noticias del corpus, con el objetivo de determinar varios aspectos: en

---

<sup>65</sup> No obstante, no hemos considerado las relaciones de relativo introducidas por verbos en forma no personal por acotar el trabajo y poner límites a una investigación que, de otra forma, sería interminable, vasta y complicada.

primer lugar, el grado de modalización en la utilización de los verbos de lengua y de los de pensamiento para introducir las declaraciones; en segundo lugar, la variedad estilística en cuanto a la elección de citas directas o de citas reconstruidas por el periodista; y, por último, la variedad en el uso de los verbos. A modo de resumen, las relaciones lógico-semánticas se dan en tres niveles o rangos: en la cláusula, por encima de la cláusula y por debajo de la cláusula. Las que hemos analizado son las siguientes:

Tabla 4. Relaciones lógico-semánticas analizadas en función del rango

Relaciones lógico-semánticas	Por encima de la cláusula	En la cláusula	Por debajo de la cláusula
Nivel/rango	Discursivo	Oracional	Grupo o frase
Elementos principales	Cohesivos (conectores discursivos en oraciones independientes). Estructurales (solo en el caso de conjunciones que funcionan como conector a inicio de oración).	Cohesivos (conectores discursivos en oraciones interdependientes). Estructurales (conjunciones, relativos, adverbios).	Cohesivos (conectando dos segmentos, uno de ellos o ambos pueden ser segmentos menores que la oración). Estructurales (en el interior de los componentes de la oración, nivel sintagmático).
Sistema	Conjunción (en términos de Halliday; vid. 2014: 9.3.2.)	Conjunción, parataxis e hipotaxis.	Parataxis y conjunción.
Relación	Expansión: elaboración, extensión y ampliación	Expansión paratáctica e hipotáctica: elaboración, extensión y ampliación. Proyección paratáctica e hipotáctica.	Expansión paratáctica: elaboración, extensión y ampliación
<b>Ejemplos</b>			
<b>Por encima de la cláusula (nivel textual)</b>			
<p>a) ELABORACIÓN TEXTUAL: <b>Pues bien</b>, en esos tres pilares del mercado las perspectivas que se presentan no pueden ser más positivas.</p> <p>b) EXTENSIÓN TEXTUAL CON CONECTOR: Un segmento clave para el internet móvil de alta velocidad. <b>Además</b>, muchas de las empresas han empezado los diseños de los equipos relacionados con las tecnologías vinculadas al futuro 5G.</p> <p>c) EXTENSIÓN TEXTUAL CON CONJUNCIÓN: “Las empresas que operan internacionalmente pagan impuestos donde están. Al final, sale a pagar lo que dice la ley”, incide Vallejo. <b>Y</b> más allá de la cuota tributaria, Leal señala que una empresa internacionalizada también genera empleo.</p> <p>d) AMPLIACIÓN TEXTUAL: Algo no se hizo bien esa madrugada porque desde que se hicieron públicas las imágenes que descubrieron a guardias civiles disparando alrededor de un grupo de inmigrantes que nadaban exhaustos hasta la playa, la Dirección General de la Guardia Civil prohibió volver a utilizar material antidisturbios. <b>En cualquier caso</b>, ayer fue un día tranquilo en el perímetro fronterizo de Ceuta.</p> <p>e) AMPLIACIÓN HIPOTÁCTICA: <b>Dado que</b> el número de peticiones ha superado al de localidades disponibles (el club dispone de 19.000 y ha habido 38.000 peticiones) el club madridista llevará a cabo hoy un sorteo ante notario en la sala de prensa del estadio Santiago Bernabéu.</p>			
<b>En la cláusula (nivel oracional)</b>			
<p>a) ELABORACIÓN PARATÁCTICA: El «ARA» tiene varios accionistas como Toni Soler, <b>a saber</b>, comunicadores considerablemente enriquecidos con la enjundiosa venta a TV3 de producciones privadas.</p> <p>b) ELABORACIÓN HIPOTÁCTICA: Llegó a doblar su valor bursátil, <b>que</b> ahora ronda los 30.000 millones de dólares (21.700 millones de euros).</p> <p>c) EXTENSIÓN PARATÁCTICA: Madrid es la comunidad donde menos impuestos se pagan <b>y</b> Cataluña figura</p>			

entre las que mantienen tipos más elevados.

d) AMPLIACIÓN PARATÁCTICA: *El juez quiere elaborar su propio relato y para ello solicitó a los investigadores que le detallaran desde qué cámara se grabó cada una de las imágenes, a qué hora se empezó a grabar, y dónde está situada cada cámara en relación a la valla, al espigón, a la playa y a la frontera.*

e) AMPLIACIÓN HIPOTÁCTICA: *El Príncipe Jorge volverá a viajar muy pronto, ya que se ha confirmado su presencia en la visita oficial de los Duques de Cambridge a Nueva Zelanda y Australia.*

f) PROYECCIÓN PARATÁCTICA: *“Los enlaces se consideran comunicación pública y eso ayuda a perseguir cualquier link ilegal”, aclara un abogado español.*

g) PROYECCIÓN HIPOTÁCTICA: *Sobre este tema la vicepresidenta señaló que reforzará el control de las subvenciones públicas que reciben las fundaciones.*

**Por debajo de la cláusula (nivel sintagmático)**

a) ELABORACIÓN PARATÁCTICA: *Por una vez, el lugar del invento fue a este lado del Atlántico, concretamente en una oficina del edificio número 31 del CERN.*

b) EXTENSIÓN PARATÁCTICA: *La compañía presentará su oferta a los reguladores estadounidenses antes de que termine este mes o en abril.*

c) AMPLIACIÓN PARATÁCTICA: *Registró un fallo favorable al concluir que la cláusula suelo objeto del litigio es abusiva y, por ende, nula.*

En definitiva, la propuesta adaptada de las relaciones lógico-semánticas de nuestro análisis<sup>66</sup>, que combina elementos en los tres rangos anteriormente descritos, es la siguiente:

**Tabla 5.** Relaciones lógico-semánticas

Proceso	Función	Relación sintáctica	Rasgo	Descripción
Expansión	Elaboración	Parataxis	Exposición	<i>en otras palabras, es decir, o sea, esto es, lo que es lo mismo</i>
			Ejemplificación	<i>por ejemplo, a saber</i>
			Clarificación	Corrección: <i>mejor dicho, más bien</i>
				Digresión: <i>por cierto</i>
				Evasión: <i>de todas formas</i>
				Particularización: <i>concretamente, en concreto</i>
				Resumen: <i>en resumen</i>
				Suma: <i>en suma, en conclusión, en definitiva, en fin, a fin de cuentas, al fin y al cabo</i>
	Verificación: <i>en realidad, de hecho, en efecto, pues bien</i>			
	Hipotaxis	Oraciones de relativo explicativas		
	Extensión	Parataxis	Adición	Positiva: <i>y, asimismo, además, también</i>
				Negativa: <i>ni, ni siquiera, ni tan siquiera, tampoco</i>
				Adversativa: <i>pero, no obstante, sin embargo, por el contrario, ahora bien</i>
Variación			Reemplazamiento: <i>por otra parte, por otro lado</i>	
			Sustracción: <i>excepto, salvo</i>	
			Alternativa: <i>o, o bien</i>	
Hipotaxis	Adición	Adversativa: <i>aunque, mientras que</i>		

<sup>66</sup> Propuesta elaborada a partir de Halliday y Matthiessen (2014), Fuentes (2009); DPDE (Briz, Pons y Portolés, 2008); Bustos (2013a), Base de datos ADESE (Base de datos de Verbos, Alternancias de Diátesis y Esquemas Sintáctico-Semánticos del Español, en línea).



	Ampliación	Parataxis	Variación	Sustracción: <i>salvo que, excepto que</i>
			Temporales	<i>al final, al principio, a continuación, entretanto, mientras tanto, después, antes, entonces</i>
			Espaciales (valor metafórico)	<i>en este/ese sentido, a este/ese respecto, al respecto</i>
			Causales-consecutivas	<i>de esta/esa forma, de esta/esa manera, de esta manera, de este/ese modo, por eso, por esa razón, por lo tanto, por tanto, así pues, por ende, por consiguiente</i>
			Condicionales	<i>en ese caso, en tal caso, de lo contrario, de otro modo, de otra manera, de otra forma, en caso contrario</i>
			Comparativas	<i>del mismo modo, de la misma manera, de la misma forma, de manera similar, de forma similar, de modo similar, de igual forma, de igual modo, de igual manera</i>
			Concesivas	<i>aun así, y eso que, en cualquier caso, en todo caso, con todo, así y todo</i>
		Finales	<i>a tal efecto, a tal fin, para eso, para ello</i>	
		Hipotaxis	Temporales	<i>cuando, mientras, antes de que, después de que</i>
			Espaciales	<i>donde</i>
			Modales	<i>como</i>
			Causales	<i>pues, porque, ya que, puesto que, dado que</i>
			Consecutivas/ilativas	<i>así que, de manera que, de forma que, de modo que, de ahí que</i>
			Condicionales	<i>si, siempre que, si no, a menos que, a no ser que</i>
Finales	<i>para que, a fin de que, con el fin de que, con intención de que</i>			
Concesivas	<i>aunque, pese a que, si bien, a pesar de que, incluso si</i>			
Proyección	Locución verbal	Parataxis	Estilo directo	Verbos de lengua: <i>aclarar, advertir, afirmar, anunciar, apuntar, asegurar, confesar, confirmar, contar, contestar, decir, declarar, discutir, exclamar, explicar, expresar, informar, insistir, manifestar, matizar, negar, plantear, precisar, reclamar, reconocer, reiterar, relatar, replicar, responder, señalar</i>
		Hipotaxis	Estilo indirecto	
	Idea mental	Parataxis	Estilo directo	Verbos de cognición (conocimiento y creencia): <i>analizar, averiguar, comprender, comprobar, concebir, confiar, conocer, considerar, constatar, creer, desconfiar, discrepar, dudar, entender, esperar, estimar, evocar, interpretar, intuir, opinar, pensar, presentir, prever, razonar, recordar, reflexionar, rememorar, saber, sospechar, suponer</i>
		Hipotaxis	Estilo indirecto	

Así pues, teniendo en cuenta las adaptaciones comentadas, en la siguiente tabla se pueden ver cuáles han sido los parámetros de búsqueda de cada uno de los elementos analizados. La primera columna corresponde a los ítems de búsqueda; en la segunda, se

enumeran los criterios que se han llevado a cabo cuando ha sido necesaria una búsqueda avanzada por las palabras en contexto, o si ha sido necesario descartar ocurrencias fuera del propósito del trabajo. En la penúltima columna, se especifica si se ha trabajado con el corpus simple o con el etiquetado. Finalmente, se detalla si ha sido necesaria una revisión posterior. Los resultados obtenidos a partir de la búsqueda de ocurrencias se han trasladado a unas tablas de contenidos donde se han extraído datos cuantitativos de la muestra, tanto en forma de datos absolutos como en datos relativos, y, finalmente, se han descrito y se han analizado e interpretado de manera cualitativa.

Tabla 6. Parámetros de búsqueda de los elementos analizados con Wordsmith Tools

Nº	Términos de búsqueda	Búsqueda avanzada		Corpus	Revisión
		Contexto (Context words & context search horizons)	Términos excluidos (Exclude if search is or context contains)		
1	<p><b>ELABORACIÓN</b></p> <p>a saber/por ejemplo/en concreto/concretamente/pues bien/en efecto/de hecho/en realidad/al fin y al cabo/a fin de cuentas/en fin/en definitiva/en conclusión/en suma/en resumen/de todas formas/por cierto/más bien/mejor dicho/lo que es lo mismo/esto es/o sea/es decir/en otras palabras</p>			Simple	<p>Eliminación de expresiones del tipo <i>derecho a saber, van a saber, esto es así, es decir mucho</i>. Discriminación de su uso como operador (se sitúan dentro del enunciado pero no conectan dos miembros del discurso, por tanto, no contribuyen a la relación lógico-semántica. Por ejemplo en:  <i>Tengo ganas para continuar pero no puedo decir una fecha <u>en concreto</u>.</i>                      Frente a:  <i>Además de Segarra, el club desplazó hace pocos meses, <u>en concreto</u> a finales del pasado mes de octubre.</i></p>

2	<rel>	Coma, paréntesis, guion y raya: ./[par- ] PU/ [hyfen] PU/— L8-centro	según/mientras (aparecen etiquetados como <rel>)	Etiquetado	Supresión de especificativas con pausa introducidas por <i>el que, la que, los que y las que</i> ; encapsuladores anafóricos; adverbio <i>cuando</i> sin antecedente temporal o con valor concesivo o condicional; <i>como</i> con valor causal, condicional, preposicional o ejemplificativo; <i>que</i> precedido de <i>y</i> o <i>pero</i> , que no siempre son explicativas.
3	[como]	Coma, paréntesis, guion y raya: ./[par- ] PU/ [hyfen] PU/— L8-centro	<i>así como</i>	Etiquetado	Discriminación de <i>como</i> si no aparece en relativas libres con valor de <i>tal como</i>
<b>EXTENSIÓN</b>					
1	o bien/o salvo que/salvo/excepto que/excepto/por otro lado/por otra parte/ahora bien/por el contrario/sin embargo/no obstante/pero/tampoco/ni tan siquiera/ni siquiera/ni/mientras que/también/además/asimismo/y		<i>a salvo/o sea</i>	Simple	
2	, aunque	Valor adversativo (verbo en indicativo): IND Centro-R30		Etiquetado	

AMPLIACIÓN				
1	en ese sentido/en este sentido/a ese respecto/a este respecto/al respecto/de esta forma/de esa forma/de esta manera/de esa manera/de este modo/de ese modo/por eso/por esa razón/por lo tanto/por tanto/así pues/por ende/por consiguiente/en ese caso/en tal caso/de lo contrario/de otro modo/de otra manera/de otra forma/en caso contrario/del mismo modo/de la misma manera/de manera similar/de igual forma/de igual modo/de igual manera/aun así/y eso que/en cualquier caso/en todo caso/con todo/así y todo/a tal fin/a tal efecto/para eso/para ello	Coma: , L5-centro		Supresión de unidades cuando no introducen un nuevo miembro del discurso, es decir, cuando funcionan de complemento del verbo y no de partícula discursiva. P.e.: <i>Su disco sobre la copla será otra ruptura por eso.</i> A diferencia de: <i>En mi época de instituto, yo solía ser muy oscura. Por eso los leí.</i>
2	al final/al principio/a continuación/entretanto/entre tanto/mientras tanto/después/antes/entonces	Coma: , Centro-L5		Supresión de <i>al final</i> y <i>al principio</i> como sintagmas preposicionales modificados por un complemento. P. ej.: <i>al final del verano.</i> Supresión de expresiones del tipo <i>entre tanto ruido.</i>
3	dado que/puesto que/ya que/porque/pues		<i>así pues/pues bien</i>	Eliminación de <i>pues</i> consecutivo (entre pausas) y de inicio de oración (comentador o continuativo). Supresión de expresiones del tipo <i>un puesto, tercer puesto, saber ya que.</i> No discriminación de <i>porque</i> con valores diferentes al causal.
4	así que/de ahí que/de modo que/de forma que/de manera que			Supresión de expresiones del tipo <i>un estado de forma que.</i>
5	con el fin de que/a fin de que/para que/con intención			

	de que					
6	si bien/pese a que/a pesar de que/incluso si				Simple	
7	, aunque	Valor concesivo (verbo en subjuntivo): SUBJ Centro-L30			Etiquetado	
8	. aunque	Valor concesivo (verbo en subjuntivo): SUBJ Centro-L30			Etiquetado	Supresión de <i>aunque</i> en segmento menor que la oración.
9	como que/como si/igual que si		<i>así como</i>		Simple	Supresión de <i>como que</i> con valor ejemplificativo.
10	a no ser que/a menos que				Simple	
11	[siempre que]	Valor condicional (verbo en subjuntivo): SUBJ Centro-R25			Etiquetado	
12	[si]		L5-centro V		Etiquetado	Discriminación conjunción <i>si</i> completa. Supresión de expresiones lexicalizadas del tipo <i>más si cabe</i> o <i>por si fuera poco</i> . Supresión de <i>como si</i> , <i>si bien</i> , <i>incluso si</i> .
13	[donde]	V/. L10-centro	PROP/[allí]		Etiquetado	Discriminación relativas libres con antecedente. Mantenimiento de construcciones de relieve ( <i>ahí es donde</i> )
14	[como] ADV	V L10-centro	como si/cómo/./.		Etiquetado	
15	antes de que/después de que/cuando/mientras				Simple	Discriminación de <i>cuando</i> con antecedente temporal. Discriminación de <i>mientras</i>

PROYECCIÓN				
				con valor adversativo, en sentido de <i>mientras que</i>
1	[aclamar]/[advertir]/[afirmar]/[anunciar]/[apuntar]/[asegurar]/[confesar]/[confirmar]/[contar]/[contestar]/[decir]/[declarar]/[discutir]/[exclamar]/[explicar]/[expresar]/[informar]/[insistir]/[manifestar]/[matizar]/[negar]/[plantear]/[precisar]/[reclamar]/[reconocer]/[reiterar]/[repetir]/[replicar]/[responder]/[señalar]	Estilo directo (citas entrecorilladas antes del verbo): *”» L10-centro  Estilo directo: citas entrecorilladas después del verbo: *”« / : Centro-R30  Estilo indirecto: que/qué/cuál*/si/cuánt*/cómo/dónde/ quién*/cuándo Centro-R10	Etiquetado	
2	[analizar]/[averiguar]/[comprender]/[comprobar]/[concebir]/[confiar]/[conocer]/[considerar]/[constatar]/[creer]/[desconfiar]/[discrepar]/[dudar]/[entender]/[esperar]/[estimar]/[evocar]/[interpretar]/[intuir]/[opinar]/[opinar]/[presentar]/[prever]/[razonar]/[recordar]/[reflexionar]/[rememorar]/[saber]/[sospechar]/[suponer]	Estilo directo (citas entrecorilladas antes del verbo): *”» L10-centro  Estilo directo: citas entrecorilladas después del verbo: *”« / : Centro-R30  Estilo indirecto: que/qué/cuál*/si/cuánt*/cómo/dónde/ quién*/cuándo Centro-R10	Etiquetado	

## 3.2. CORPUS DE ESTUDIO

### 3.2.1. Criterios de selección de los textos

El corpus de estudio está compuesto por una colección de textos informativos seleccionados bajo unos criterios concretos:

- a) Están publicados en los periódicos con más difusión, que abarcan a una amplia audiencia<sup>67</sup>, representan a los distintos grupos de comunicación españoles y ocupan un amplio espectro ideológico, con líneas editoriales y orientaciones políticas<sup>68</sup>, deportivas o empresariales dispares.
- b) Pertenecen al género de la noticia, entendida como «hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión» (Martínez Albertos, 1972: 37). La noticia es el género periodístico que tiene más peso en los medios escogidos. Su tipología textual, entre la exposición y la narración, ofrece un amplio campo de estudio de cuestiones léxicas, gramaticales o contextuales. Hay que destacar también el rasgo de narración informativo-interpretativa de la noticia, y, por tanto, su naturaleza valorativa (Burguet, 1997). En este sentido, se ha considerado recopilar también las crónicas culturales y deportivas, por estar a medio camino entre la noticia, el reportaje y el artículo de opinión, y de esta forma, poder contrastar de manera amplia uno de los objetivos de la tesis: hay heterogeneidad de estilos según la sección del diario.
- c) Están firmados por periodistas. No se han incluido las noticias de agencia porque no muestran ni los estilos ni las intenciones del periódico, sino un «lenguaje medio» (Martínez Hernando, 1990) como recurso para responder a las expectativas de la gran diversidad de clientes que reciben sus servicios.
- d) Pertenecen al ámbito de la información general y al de la especializada, referido este último concepto a los medios de «información temática». Se trata de la prensa

---

<sup>67</sup> Según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), del periodo controlado comprendido entre enero de 2014 y diciembre de 2014, y según datos correspondientes al periodo comprendido entre febrero y noviembre de 2014 del Estudio General de Medios (EGM). Todos los datos que aparecen al respecto en este trabajo corresponden a los periodos citados.

<sup>68</sup> Según los resultados de una encuesta publicada en el *Informe anual de la Profesión Periodística 2011*, la orientación política de los periódicos generalistas, siendo 1 más a la izquierda y 10 más a la derecha, sería la siguiente: *El País* (3,9), *El Mundo* (6,9), *ABC* (7,4) y *La Razón* (7,4). No hay datos de *El Periódico*.



económica y deportiva, que pertenece al llamado «tercer nivel de especialización», por la audiencia y el tratamiento informativo que se da en ella (Esteve, 2005: 193):

Suele identificarse este primer nivel de especialización con la información publicada en las distintas secciones. [...]. El segundo nivel de especialización se correspondería con los suplementos semanales o las páginas especiales que suelen editar los diarios, y las revistas temáticas de divulgación. [...]. El tercer nivel comprende aquellos medios especializados, tanto impresos como audiovisuales, que ofrecen con determinada periodicidad contenidos monográficos relativos a una determinada área temática y que van dirigidos a un sector de la población especialmente interesado en estos temas y con conocimientos suficientes sobre los mismos.

En este sentido, la comparativa entre los dos ámbitos, generalista y especializado, pretende dilucidar si existen diferentes modos de informar a públicos que van desde perfiles más heterogéneos a audiencias más homogéneas.

### 3.2.2. Fuentes utilizadas

Las noticias utilizadas para compilar el corpus pertenecen a diez cabeceras de prensa impresa española. Cinco de las publicaciones son de información general, dos de información económica y tres de información deportiva. Consideramos que, para el propósito de nuestro trabajo, es necesario hacer una breve aproximación a las bases fundacionales y a las líneas ideológicas de estos medios, así como comprobar cuál es su actitud hacia las cuestiones lingüísticas, a través de la publicación –o no– de manuales de redacción. Para adentrarnos en estas labores, hemos consultado las páginas corporativas (del medio y del grupo empresarial), los diferentes manuales normativos, los *mediakits* o *mediabooks*<sup>69</sup> de las cabeceras y los especiales publicados con motivo de los aniversarios de estos medios, pues estos últimos adquieren la función de folleto publicitario y son una referencia muy útil para entender las señas identitarias de las cabeceras y el modelo de medio en el que se inscriben.

Sobre el primer aspecto, tenemos en cuenta que la línea ideológica va más allá del posicionamiento político, pues en ella entran en juego los intereses empresariales y corporativos del medio en cuestión y del entramado empresarial que lo apuntala. De esta

---

<sup>69</sup> Se trata de publicaciones realizadas por el departamento de *marketing* y destinadas al sector publicitario, pues en ellas los medios se ofrecen como soporte para las campañas publicitarias, tan importantes para su subsistencia como empresa. Además de ofrecer datos de audiencia, suelen identificar su *target* o público objetivo.

forma, entendemos que la línea editorial, concebida como la postura del medio que define su ideología política y su identidad corporativa, no es fija ni inamovible debido a que puede estar sujeta a intereses económicos. Esta idea adquiere un mayor valor en el contexto actual de declive de la prensa tradicional, cuyo primer signo de crisis en el sector se ha dado, precisamente, en cambios a nivel empresarial.

En lo que concierne al segundo aspecto, el relacionado con la institucionalización de unas normas de redacción propias, pensamos que no todos los medios manifiestan un interés explícito por la cuestión lingüística. De hecho, *El País*, *As* y *Marca* son las únicas, de entre las cabeceras analizadas, que han publicado un libro de estilo más recientemente<sup>70</sup>. De las demás, también destacan *ABC*, *El Mundo* y *El Periódico de Cataluña*, pues cuentan con un manual de referencia para sus redactores.

### 3.2.2.1. Periódicos generalistas

Los periódicos de información general representados en el corpus son: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* y *El Periódico*.

#### a) *El País*

Se define estatutariamente como un «periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación europeísta, defensor de la democracia plural según los principios liberales y sociales» (*El País*, 2003: 21). En su página web<sup>71</sup>, añade otras cualidades a su definición inicial: se considera un medio de calidad y de vanguardia, «con vocación iberoamericana y de progresía en su sentido literal y no político». Su tirada es de 297.445 ejemplares, cuenta con 1.770.000 lectores diarios<sup>72</sup> y pertenece al Grupo Prisa, entramado del cual también forman parte otras dos cabeceras analizadas en este trabajo: *As* y *Cinco Días*.

Aunque en su nacimiento, en la transición española, «surgió como un auténtico referente de la mentalidad socialdemócrata incipiente y la representación mediática más

---

<sup>70</sup> La primera edición del libro de estilo de *Marca* es del 2012. No ha habido desde entonces ninguna reimpresión o segunda edición. *As* publicó su manual en el año 2019. Por otra parte, la edición más reciente del *Libro de Estilo de El País* es del año 2021.

<sup>71</sup> Fecha de consulta: febrero de 2021. Disponible en: <https://elpais.com/corporativos/>

<sup>72</sup> Los datos relativos a la tirada y al número de lectores pertenecen al año de recopilación del corpus (2014). Proceden de la 1ª ola del Estudio General de Medios (EGM) y de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).

palpable de la ideología de centro-izquierda y el intelectualismo recién liberado» (Nogales y Mancinas, 2014: 314-315), los intereses económicos y empresariales se toparon de frente con los intereses ideológicos. El resultado de este choque supuso, en la época de José Luis Rodríguez Zapatero, un primer giro ideológico de la cabecera, que fue recogido en las páginas de medios nacionales e incluso en periódicos internacionales, como el *New York Times*<sup>73</sup>. Pero este cambio de línea editorial se acrecentó con la destitución del director del rotativo en el año 2014<sup>74</sup>, como destaca Alonso en su análisis sobre las razones de esta decisión (2015: 101):

Si bien el nombramiento de Antonio Caño apenas ha tenido repercusión en los medios nacionales impresos, los cuales se han limitado a publicar una breve reseña al respecto, en la prensa digital el cambio en la dirección de *El País* ha supuesto un auténtico revulsivo y son muchos los medios que ven en la destitución de Javier Moreno un giro a la derecha del mítico rotativo defensor de los ideales de izquierda. Un cambio que se ha ido produciendo en paralelo a los crecientes problemas económicos de Prisa, obligada a negociar en posición vulnerable con los grandes bancos del país para poder renegociar su inmensa deuda.

En lo que respecta al perfil de audiencia, *El País* no dispone de informes publicitarios para los anunciantes sobre el tipo de lector de la publicación (al menos de acceso libre a la población general), aunque, según datos del EGM, se trata de un público principalmente masculino, en edades comprendidas entre los 35 y los 54 años y de un nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto.

En cuanto a su preocupación e interés por las cuestiones lingüísticas, *El País* cuenta con un libro de estilo, cuya primera edición es del año 1976. Desde entonces, durante 45 años, el libro se ha revisado y editado en varias ocasiones, bajo la dirección de Álex Grijelmo, quien es el responsable del manual desde la edición de 1990 hasta la más reciente, de 2021. Entre ellas, es de destacar la penúltima edición, la vigesimosegunda, que es de mayo del año 2014 y aparece seis años después de la anterior. En su prólogo, Javier

---

<sup>73</sup> En el año 2009, el *New York Times* se preguntaba por las razones de la cobertura de la crisis económica en su artículo *El País in Rare Break With Socialist Leader*, donde señalaba como una de ellas la aprobación de la ley sobre la televisión digital que benefició a la competencia de Prisa, Mediapro. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2009/09/14/business/media/14elpais.html>.

<sup>74</sup> El cambio de director se anunció en febrero del 2014, mientras se estaba recopilando este corpus de noticias, aunque se hizo efectivo en el mes de mayo. Antonio Caño permanece en el cargo hasta el año 2018, fecha en la que asume la responsabilidad Soledad Gallego-Díaz. Dos años más tarde, en 2020 es reemplazada, de nuevo, por Javier Moreno. A fecha de terminación de este trabajo, la nueva directora es Pepa Bueno.

Moreno (director de *El País* desde 2006 hasta 2014 y durante el 2020 y 2021), achaca esta tardanza a la consolidación del medio digital (2014: 10):

Se nos ocurrió que las nuevas normas de tráfico que habríamos de establecer debían ser fruto de la experiencia de varios años de trabajo en la edición digital, que era empresa fútil fijar reglas antes de conocer a fondo el juego o dictar soluciones sin haber experimentado aún los problemas.

De hecho, esta edición incorpora normas específicas para el medio digital y sirve de punto de partida a la vigesimotercera edición, presentada en febrero del año 2021. Esta última edición supone una actualización de las tesis estatutarias de la publicación:

Igual que en ediciones anteriores, el *Libro de estilo* recoge los pilares éticos de *El País*, diario que se define como medio independiente, con vocación de europeo y especialmente latinoamericano, defensor de una sociedad igualitaria entre hombres y mujeres (Grijelmo, 2021: en prensa<sup>75</sup>).

Así, se puede observar una clara tendencia, por una parte, hacia el reconocimiento de las formas lingüísticas del español de América, a partir del auge de Internet y la captación de lectores al otro lado del Atlántico, así como de la expansión de la empresa hacia países como México o EEUU. Por otra parte, también hay un interés en reivindicar la perspectiva igualitaria del lenguaje, y por ello se han incluido una serie de normas para evitar el sexismo lingüístico. Es, asimismo, novedoso el cambio que se pretende realizar en el tratamiento tipográfico de los artículos del diario, pues a partir de esta nueva edición se establece la norma de que el periodista marque tipográficamente su presencia en la información. La razón es clara: «el lector tiene derecho a saber ante qué grado de subjetividad se halla en cada caso» (Grijelmo, 2021: en prensa).

De todo ello, se desprende que *El País* es un medio que se adapta a los cambios de la sociedad, que atiende a la diversidad, que se siente responsable de su deber informativo en la sociedad democrática, y que tiene como premisa esencial una garantía para el lector: «el contraste y la verificación de las noticias». (Grijelmo, 2021: en prensa).

---

<sup>75</sup> Álex Grijelmo: «Esencias y novedades de la nueva edición del 'Libro de estilo' de EL PAÍS», *El País*, 21-02-21 (en línea: <https://elpais.com/sociedad/2021-02-20/esencias-y-novedades-de-la-nueva-edicion-del-libro-de-estilo-de-el-pais.html>).

## b) *El Mundo*

El libro de estilo de *El Mundo*, del año 1996, recoge en su artículo dos del Estatuto de la Redacción, que aspira a ser un periódico progresista, comprometido con la defensa del sistema democrático, las libertades públicas y los derechos humanos. Así, define su línea editorial como liberal y se considera referencia de los grandes periódicos europeos de calidad. Su tirada es de 200.827 ejemplares, cuenta con 1.006.000 lectores diarios y pertenece al grupo Unidad Editorial, corporación que también es propietaria de *Marca* y *Expansión*.

Desde su fundación, en 1989, se posiciona como la alternativa a *El País* para los lectores de centro-derecha, aunque en su historia como periódico de referencia ha destapado informaciones comprometidas de todos los signos políticos. A este respecto, uno de sus principios fundacionales recalca que «El Mundo no tiene “amo”, y por eso jamás utilizará la información como elemento de trueque u objeto de compra-venta en el turbio mercado de los favores políticos y económicos» (1996: 125). Dieciocho años después de esta declaración de intenciones y días antes de que otro medio, *El País*, anunciara el cese de su director, en febrero del año 2014, Pedro J. Ramírez escribe su última carta como director de este medio, recordando precisamente esos orígenes<sup>76</sup>:

Me siento fieramente orgulloso –y este es un patrimonio que nadie podrá arrebatarme– de haber sido durante estos 25 años fiel a los principios fundacionales de EL MUNDO [...] Prometí que «EL MUNDO no servirá jamás a otro interés que el del público» y así ha sido. Prometí que «EL MUNDO no utilizará jamás la información como elemento de trueque u objeto de compraventa en el turbio mercado de los favores políticos y económicos» y nunca lo hemos hecho.

Esta decisión Ramírez la achaca a una serie de exclusivas publicadas por este medio contra el Partido Popular y la monarquía<sup>77</sup>. A este respecto, él mismo deja claro que los intereses empresariales de Unidad Editorial están en juego por dichas publicaciones (Ramírez, 2014: en línea):

---

<sup>76</sup> Ramírez P. J. (2014): «Cambia el director, sigue la orquesta», *El Mundo*, 02-02-14, en línea: <https://www.elmundo.es/opinion/2014/02/01/52ed53f122601de37a8b4575.html>.

<sup>77</sup> En ese último artículo como director del medio, el 2 de febrero del 2014, Pedro J. Ramírez se despide del cargo aludiendo a informaciones como los papeles de Bárcenas sobre la financiación ilegal del Partido Popular, la relación entre Corinna y el rey Juan Carlos I, o las irregularidades fiscales de Urdangarin. En línea: <https://www.elmundo.es/opinion/2014/02/01/52ed53f122601de37a8b4575.html>.

Todo administrador debe velar por los intereses de sus accionistas y es innegable que las relaciones con el Gobierno y las demás instituciones del Estado forman parte del marco en el que desarrolla su actividad una empresa periodística e inciden en la marcha del negocio.

En cuanto al interés del medio por imponer unas normas de redacción, *El Mundo* cuenta con un libro de estilo del cual solo se ha publicado la primera edición (coordinada por Víctor de la Serna), que vio la luz siete años después de su fundación como cabecera impresa. Se trata, pues, de un manual obsoleto y desactualizado que no recoge los cambios lingüísticos producidos en los últimos 15 años. En su prólogo, Pedro J. Ramírez (1996: 15) deja clara cuál es la principal premisa de *El Mundo*: «es un proyecto intelectual destinado a proporcionar a la sociedad española una óptica de interpretación de la realidad». Esa condición se concreta a partir de uno de sus cinco principios esenciales (1996: 44):

No existe la imparcialidad absoluta, pero un artículo es objetivo cuando el periodista no introduce en él sus opiniones o sentimientos y suministra tan solo datos comprobables [...]. El periodismo «puro y objetivo» a la antigua usanza, tan alabado por los regímenes políticos autoritarios, induce a la pasividad, a aceptar por las buenas lo que digan las fuentes (sobre todo las *autorizadas*). El periodista actual debe buscar y aportar datos con sentido crítico, no actuar de mero taquígrafo.

Este tratamiento de la información, unido al formato y diseño que presenta, lo convierte, en palabras de Pérez Curiel, en una fórmula híbrida sensacionalista-informativa:

La desproporción y el abuso de elementos formales que caracteriza en ocasiones a *El Mundo* explica su falta de criterios en la configuración de las secciones, inclusión de nuevas secciones, falta de continuidad en la publicación de determinadas secciones, uso del color, titulares y fotografías de gran tamaño y, por supuesto, la falta de contraste de las informaciones con la actitud de buscar la primicia, sin validar adecuadamente la noticia. (2005: 141).

En cuanto a su posicionamiento en el mercado, presume de ser el segundo medio con más audiencia y sitúa a su perfil del público lector en un grupo social de elevado poder adquisitivo (el 50,9% pertenece a clase alta y media-alta), con un alto nivel de instrucción (el 39,6% de lectores tienen estudios universitarios) y el 64,4% de su público reside en un hábitat urbano.

### c) ABC

Del grupo editorial Vocento, su tirada es de 168.034 ejemplares y cuenta con 536.000 lectores diarios. Su público se corresponde con «un nicho de lectorado bien identificado, bastión del tradicionalismo español, monárquico y nacional, católico e intelectual» (Canel, 1999: 8). Es el periódico más longevo de la prensa española de referencia, pues se fundó en el año 1903 con un tamaño más reducido y con un peculiar formato, grapado y a tres columnas, que supuso una revolución técnica en la prensa europea del momento.

El que fuera subdirector del periódico durante más de veinte años, Santiago Castelo, explicita cuál es la línea editorial del periódico en un artículo que conmemora el 150.º aniversario de su fundador, Torcuato Luca de Tena:

Es curioso: don Torcuato, que no era escritor, pero sí periodista, dejó trazada desde el primer momento una especie de línea editorial de lo que quería que fuera ideológicamente ABC. Asombra ver que, ciento ocho años después, esas líneas maestras del pensamiento liberal-conservador sigan vigentes: la defensa de la Corona, la unidad de España, el respeto a la Iglesia católica y al Ejército, la economía libre de mercado, la búsqueda de la excelencia allí donde estuviere, la pasión por la información gráfica, la necesidad de prescindir de simpatías personales a la hora de enjuiciar un problema político. (Castelo, 2011: en prensa<sup>78</sup>).

Por su parte, el grupo empresarial del rotativo, Vocento, hace gala, en su página web corporativa, de haber contado entre sus colaboradores con personajes importantes del panorama literario español: Emilia Pardo Bazán, Ramón María del Valle Inclán, Juan Ramón Jiménez, Azorín, Ramiro de Maeztu, Blasco Ibáñez, Manuel Machado o Camilo José Cela han sido firmas de honor que han aportado reconocimiento a la publicación. De hecho, en su dossier publicitario más reciente (2020)<sup>79</sup>, el prestigio es una de las señas de identidad de la publicación, junto con la credibilidad, la objetividad y la seriedad.

Respecto al público al cual se dirige la publicación, se consideran líderes de opinión en el sector conservador de la población y presumen de contar con una sólida base de lectores fieles a la publicación. El lector principal es masculino (59%), de edades

---

<sup>78</sup> Santiago Castelo: «Los 150 años de Don Torcuato», ABC, 20-02-11, en línea: [https://www.abc.es/opinion/abcp-anos-torcuato-201102200000\\_noticia.html](https://www.abc.es/opinion/abcp-anos-torcuato-201102200000_noticia.html).

<sup>79</sup> En línea: <https://www.cmvocento.com/abc/>.

comprendidas entre 25 y 54 años (49%), de un índice socioeconómico medio y medio-alto (51%) y con un grado de instrucción superior o universitario (41%). En relación con los valores tradicionales que propugna, entre los datos del *target*, se destaca que el 65% de los lectores están casados o tienen pareja.

Sobre la materia lingüística, ABC publicó su libro de estilo en el año 1993, bajo la autoría de la filóloga Ana María Vígara Tauste. Ocho años después vio la luz su segunda y más reciente edición, con un claro objetivo, en palabras del director en aquel momento, José Antonio Zarzalejos (*Libro de estilo de ABC*, 2001: XIV): «preservar esa personalidad expresiva que ha caracterizado siempre a ABC». Así, considera que «el cuidado de la expresión escrita es norma fundamental», de ahí la necesidad de un manual de uso para los periodistas de la casa, «que unifique criterios, avenge dudas, despeje errores y, en especial, ayude al redactor en las numerosas dudas que le asaltan a la hora de elaborar la información» (*Libro de estilo de ABC*, 2001: XIII). Es, en ese sentido, uno de los manuales en el que más peso tiene la reflexión lingüística, tanto desde una óptica filológica como comunicativa. El grupo mediático Vocento, por su parte, también publicó en el año 2003 un libro de estilo, que es precepto para los redactores y colaboradores en los medios de la corporación.

#### d) *La Razón*

Perteneciente al entramado empresarial del Grupo Planeta, *La Razón* es un periódico de ideología conservadora y católica, cuya tirada es de 112.217 ejemplares. Es el periódico más joven de entre los analizados, puesto que fue fundado en el año 1998 por el veterano periodista y académico Luis M<sup>a</sup> Ansón. Cuenta con 271.000 lectores diarios y se define a sí mismo como un «referente informativo de la vida política, social y económica española». Se considera un periódico de valores y principios, que apuesta por la familia como eje de la sociedad, como se puede leer en la página corporativa del medio<sup>80</sup>:

Esto le ha permitido presentar una gran afinidad y exclusividad entre sus lectores, conformando así una estrecha relación con una audiencia eminentemente urbana que posee una elevada formación y tiende a concentrarse entre los 35 y los 54 años, destacando la importante presencia de público

---

<sup>80</sup> En línea: <https://www.planeta.es/es/la-razon>.



femenino. Además, *La Razón* cuenta con una excepcional calidad de lectura, pues casi un 50% de su audiencia lee el periódico todos los días (Grupo Planeta: en línea).

Nogales y Mancinas (2014: 317) analizan los entramados empresariales de la prensa española de referencia e identifican en *La Razón* una «línea conservadora y confesional», que viene acompañada de portadas visuales, llamativas y provocadoras, portadas póster o *viewpaper* donde los fotomontajes son habituales. Se trata, pues, de estrategias que pretenden diferenciar y marcar las señas de identidad de un medio que se decanta por la ideología de derechas, como explica su actual director, Francisco Marhuenda, en una entrevista a *EFE*, con motivo del 20.º aniversario del rotativo:

Hemos intentado ser un periódico de referencia dentro de lo que es la política, la economía, la sociedad española, dentro de la coherencia de ser un periódico de centroderecha, cosa que no me ha dado nunca ninguna vergüenza decir, lo tenemos muy claro. Es un periódico que ha defendido unos principios y valores y lo hemos intentado hacer con seriedad y rigor. Nadie puede decir que este no es un periódico muy coherente en su línea de actuación. Nunca nos hemos movido de ese terreno (*Agencia EFE*, 2018: en prensa<sup>81</sup>).

A este respecto, Marhuenda destaca que uno de los valores añadidos de la publicación son los análisis que explican la información, puesto que «el periódico no te puede dar solo la noticia». Se trata de análisis que están al servicio de la orientación ideológica del periódico.

En lo referente a la existencia de un manual de redacción, *La Razón* no dispone de un libro de estilo abierto al público general. Desconocemos si, a nivel interno, los redactores tienen unas normas de uso del lenguaje o se basan en los preceptos de la autoridad lingüística o de otros libros de estilo.

### e) El Periódico

Definido como independiente, abierto y plural, de ideología catalanista no nacionalista y progresista. Pertenece al Grupo Zeta que, a su vez, es propiedad de Prensa Ibérica desde el año 2019. Cuenta con una tirada de 114.468 y lo leen al día 599.000 lectores.

---

<sup>81</sup>«Marhuenda: "Nadie puede decir que La Razón no es un periódico muy coherente"», *EFE*, 4-11-08, en línea: <https://www.efe.com/efe/espana/cultura/marhuenda-nadie-puede-decir-que-la-razon-no-es-un-periodico-muy-coherente/10005-3802410>.

Fundado en el año 1978, *El Periódico* es un referente en Cataluña, donde es el diario más leído. Surgió como medio popular para la clase media trabajadora, “que exigía una nueva manera de explicar las cosas” (Sáez, 2013: en prensa<sup>82</sup>). En este sentido, presume de un registro propio reforzado por una apuesta gráfica y un diseño que está «al servicio único de orientar al público», y que «facilita la comprensión y ofrece varios niveles de lectura», como se indica en la página corporativa de Prensa Ibérica. Además, cuenta con una edición en catalán, que impulsó su primer director, Antonio Franco, en el año 1997, como recuerda en una entrevista con motivo del 35.º aniversario del medio: «al principio del diario, hubo quien dijo que en una Catalunya democrática no tenía sentido un periódico en castellano. Había mucha presión, incluida la de Pujol, para que hiciéramos cosas en catalán» (Franco, 2013: en prensa<sup>83</sup>).

En cuanto a su registro particular, Franco resalta que *El Periódico* ha consolidado su espacio en el mercado de la prensa escrita «por la mucha documentación, la contextualización y las opiniones que crean polémica o complejidad». A este respecto, es interesante la información que aparece en el *mediakit* más reciente del medio (2021), en el que se ponen en valor la explicación y la actualidad en su contexto:

Contexto significa: Comprender realmente el porqué de las cosas. Empezar el día sabiendo qué ha pasado y qué es lo realmente importante. Que no existen las *fake news* aisladas ni descontextualizadas. Un marco de referencia. Un tono directo, breve, cercano y entretenido (*El Periódico*, 2021: en prensa<sup>84</sup>).

Así pues, el periodismo de proximidad es su seña más remarcable, con lo que los temas sociales y de interés humano se tratan «con igual o mayor dignidad y trascendencia que los acontecimientos políticos del país o de fuera» (Gasulla, 2013: en prensa<sup>85</sup>):

Ya en su primer ejemplar, el histórico titular de portada –«Los escolares catalanes dependerán de Tarradellas»– establecía un paradigma pionero en su momento en la prensa española de lo que después se ha venido a llamar periodismo de proximidad. Una escuela periodística que, además de intentar responder las clásicas preguntas del periodismo –qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué– pretende cumplir con otro interrogante: ¿qué le interesa a la gente?

---

<sup>82</sup> Albert Sáez (2013): «Así se escribe El Periódico», *Especial 35 Aniversario de El Periódico*, 22-23.

<sup>83</sup> Nuria Navarro (2013): «Antonio Franco: “El Periódico nació rojo”», *Especial 35 Aniversario de El Periódico*, 18-19.

<sup>84</sup> En línea: [prensaiberica360.es/nuestras-marcas/papel-y-digital/el-periodico-de-cataluna/mediakit-el-periodico/](https://www.prensaiberica360.es/nuestras-marcas/papel-y-digital/el-periodico-de-cataluna/mediakit-el-periodico/)

<sup>85</sup> Bernat Gasulla (2013): «Así son las cosas de la vida», *Especial 35 Aniversario de El Periódico*, 34-38.

A este respecto, el que fuera director adjunto de *El Periódico* en el 2013 y actual director del medio, Albert Sáez, destaca que «la filosofía de fondo siempre es la misma, hablar el lenguaje de la gente para conectar con quienes tienen el reto de informarse para poder determinar la toma de decisiones del poder a través de la participación política o de la movilización social» (Sáez, 2013: en prensa<sup>86</sup>).

Precisamente, en cuanto a la cuestión lingüística, *El Periódico* cuenta con dos libros de estilo, uno en castellano y otro en catalán, cuya doble edición ha sido coordinada por Joan Busquet. Aunque comparten normas profesionales y deontológicas, los capítulos del lenguaje se han adaptado a la idiosincrasia de cada idioma. Llama la atención que solo se hayan publicado dos ediciones de la versión en castellano, la última en el año 2003, con lo que se trata de una publicación que no está actualizada.

Finalmente, en lo referente al perfil de público, ya hemos comentado que este periódico nació con la vocación de informar a la clase media trabajadora. Actualmente, el público objetivo no se aleja en exceso de ese perfil. Así, el 65,6% de los lectores tienen estudios de segundo grado, frente a un 29,8% que tiene estudios universitarios. En lo que respecta al índice socioeconómico, los porcentajes más altos están en los grupos A (alto), B (medio-alto) y C (medio), con los siguientes datos: 36,2%, 14,2% y 25,3%, respectivamente. En cuanto al sexo, el público de este medio es mayoritariamente masculino, con un porcentaje del 58%. En lo que respecta a las edades, predomina el grupo de los 45 a los 64 años, que supone la mitad de los lectores del medio (un 50,3%). Finalmente, en lo referente al hábitat de los lectores, solo un 34,8% vive en grandes capitales, mientras que el 50,5% de lectores reside en ciudades de 10.000 a 500.000 habitantes.

### 3.2.2.2. Periódicos especializados

Los periódicos especializados representados en el corpus son: *Expansión* y *Cinco Días*, como medios económicos, y *Marca*, *Sport* y *As*, como medios deportivos.

---

<sup>86</sup> Albert Sáez (2013): «Así se escribe El Periódico», *Especial 35 Aniversario de El Periódico*, 22-23.

### a) *Expansión*

De línea editorial liberal, se considera independiente y de espíritu crítico. Sus dos grandes principios son la defensa del empresario y del inversor, y la de la libertad económica y el libre comercio. Pertenece al grupo Unidad Editorial, su tirada es de 42.979 ejemplares y cuenta con una audiencia de 177.000 lectores.

Nació en el año 1986 con la pretensión de ser un periódico para inversores y directivos, aunque pronto se interesó también por el sector empresarial. Así, pretendía convertirse, imitando el modelo del *Financial Times*, en una «fórmula de periodismo económico novedosa capaz de ofrecer, desde la especialización en contenidos financieros, una visión global del mundo», como señala su directora, Ana Pereda, en un artículo con motivo del 30.º aniversario del periódico. Siguiendo pues, esta premisa, el periódico inició dos líneas de contenidos diferenciadas en consonancia con un público lector diversificado: el del ámbito profesional y el del doméstico:

El modelo de éxito de EXPANSIÓN tiene asimismo que ver con el impulso –desde 1987– de una fórmula de sábado que le ha permitido incorporar a lectores que no son habituales de lunes a viernes. Durante la semana, el diario ofrece contenidos de interés eminentemente profesional, mientras que la fórmula de fin de semana se centra en un concepto de "interés compuesto", especialmente relevante para aquellos lectores que desean tomar decisiones económicas y de inversión por su cuenta y que buscan además pistas en las páginas del diario. (Pereda, 2016: en prensa<sup>87</sup>).

Los principios editoriales de *Expansión* son, como destaca Pereda en el especial por su 25 aniversario, el año 2011, los mismos desde su fundación: «información económica independiente y defensa de la libertad económica. Herramienta informativa para el inversor y el profesional. Punto de encuentro plural de opiniones y doctrinas económicas. Información puntual, veraz, rigurosa y contrastada»<sup>88</sup>. En este sentido, esta misma idea se recoge en su página corporativa, donde se define como «líder indiscutible de la prensa económica diaria en España en difusión, implantación y credibilidad en los sectores económicos, financieros y de empresas». Igualmente, presume de gran influencia en el sector empresarial por el rigor, independencia, profundización y seguimiento de sus informaciones.

---

<sup>87</sup> Ana Pereda (2016): «Así éramos», *Especial 30º Aniversario Expansión*, en línea: <https://www.expansion.com/especiales/30aniversario/asieramos.html>.

<sup>88</sup> Ana Pereda (2011): «Libertad, innovación, rigor», *Especial 25º Aniversario Expansión*, 3.

*Expansión* no cuenta con un manual que defina su estilo de redacción o que marque unos preceptos de redacción periodística, pero es evidente que se trata de un modelo de medio con una función social clara: ser un referente de los centros de decisión y proporcionar una mayor transparencia a los asuntos financieros:

Quienes hacemos *Expansión* redoblamos nuestro esfuerzo para aportar claridad al análisis político económico y utilidad en la toma de decisiones empresariales e inversoras. La valoración periodística emerge como un elemento clave en un océano de datos, informes, mensajes de múltiples orígenes. El usuario que busca diferenciación necesita en la era de la información, más si cabe, el criterio periodístico que anticipe la noticia y separe lo relevante de lo accesorio (Pereda, 2011: en prensa<sup>89</sup>).

A este respecto, es interesante la información que se refleja de este diario en su *mediabook*<sup>90</sup> publicado en el año de recopilación del corpus, donde, además de anunciarse como el periódico líder y referente de información económica, se presenta como un perfil publicitario para un público muy concreto: identifica a su *target* en la clase media-alta y alta (el 64% de lectores se ubican en estos grupos sociales), en la edad adulta (un 70% tienen entre 25 y 54 años), en el género masculino (un 75% de los lectores son hombres) y en un nivel académico medio-alto (un 55% tiene estudios medios o superiores).

### **b) Cinco días**

Pertenece al Grupo Prisa, al igual que *El País* y *As*. Con la opinión como uno de los estándares de la publicación, se considera un referente en el mundo empresarial. Es liberal y con una orientación política hacia el centro-izquierda. Tiene una tirada de 34.928 ejemplares y cuenta con 72.000 lectores. *Cinco días* nació en el año 1978, cuando no existía en España ningún medio especializado en cuestiones económicas. Su pretensión fue profesionalizar un sector que hasta el momento estaba copado por los dictados oficiales, como señala el director actual de la publicación, José Antonio Vega:

El mercado de información económica hasta entonces no era menos castizo que la propia economía, en el que los emisores de información dominaban el tráfico e imponían el relato con prácticas sobrecogedoras que la democracia también dinamitó. El alumbramiento de una economía libre

---

<sup>89</sup> Ana Pereda (2011): «Libertad, innovación, rigor», *Especial 25º. Aniversario Expansión*, 3.

<sup>90</sup> En línea: [https://www.unidadeditorial.es/publicidad/MediaBook/presentacion%20unidad%20editorial%202013\\_1.pdf](https://www.unidadeditorial.es/publicidad/MediaBook/presentacion%20unidad%20editorial%202013_1.pdf).

reclamaba una forma de contarla también libre, y en ello se embarcaron los pioneros de la información económica desde este medio (Vega, 2018: en prensa<sup>91</sup>).

El medio entiende su labor como un servicio destinado a inversores, directivos, profesionales y ahorradores, «con información de calidad, exclusiva, tan valiente como serena». Se trata de «un público que sabe, muy exigente», por lo que «no caben las frivolidades», como reza el artículo escrito por el director del medio del momento (Ricardo de Querol) en uno de los artículos del especial por el 40.º aniversario<sup>92</sup>. La seriedad es, así, el estandarte de esta publicación que presume, en su *mediabook* (2018), de tener el *target* más cualificado y exclusivo: más del 44% de los lectores cobran un salario superior a los 1.846 euros mensuales y más de un 27% son directivos de empresas. Destacan, por un lado, el género masculino (el 72% de los lectores son hombres, algo que concuerda con la situación actual de predominio masculino en los altos cargos de las empresas); por otro lado, los estudios universitarios (un 59% de los lectores tienen carrera) y, finalmente, un índice socioeconómico alto y medio-alto (el 64% de los lectores pertenecen a este grupo). En cuanto a las franjas de edad predominantes, el porcentaje mayor (el 47%) tiene entre 35 y 54 años. El entorno urbano, donde se desarrolla el sector financiero, es también el contexto habitual del 63% de los lectores del medio.

*Cinco días* no dispone de un libro de estilo, al menos entendido como publicación abierta al público general, pero de sus preceptos se desprende que al lenguaje empleado se le exigirá el mismo nivel que a sus informaciones, al tratarse de unos contenidos para un público competente en cuestiones financieras. La inexistencia de una norma que regule el estilo de la cabecera puede indicar varias circunstancias: por un lado, que no hay necesidad de ella porque la redacción tiene bien asentado el uso de la lengua en una «prensa independiente, crítica e incisiva, no acomodaticia, capaz de indagar, de anticiparse a la noticia, de aportar valor a los actores de la vida económica» (De Querol, 2018: en prensa); por otro lado, podría deberse a que se siguen los preceptos de la autoridad lingüística y las rutinas comunicativas habituales en este tipo de medios especializados, sin que ello

---

<sup>91</sup> José Antonio Vega (2018): «¿Los cuarenta mejores años del país? Probablemente», *Especial 40º. Aniversario Cinco Días*, en línea: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/03/02/extras/1519980117\\_384366.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/03/02/extras/1519980117_384366.html).

<sup>92</sup> Ricardo de Querol (2018): «40 años y CincoDías: manda el periodismo», *Especial 40º. Aniversario Cinco Días*, en línea: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/03/02/extras/1519984514\\_588181.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/03/02/extras/1519984514_588181.html)

merezca una normativa específica más allá de los aspectos generales contemplados en otros manuales del grupo.

### c) *As*

Del Grupo Prisa, se define como un periódico innovador en sus fórmulas, que apuesta por la información del fútbol del Real Madrid, Barcelona y Atlético. Tiene una tirada de 194.663 ejemplares y lo leen 1.344.000 lectores. Es el tercer diario de pago a nivel nacional por audiencia, después de *El País* y *Marca*.

Nació en el año 1967 y el que fue director de la publicación durante 23 años, Alfredo Relaño, destaca el papel del medio en su discurso con motivo del 50.º aniversario de la publicación:

El periodismo deportivo trabaja con un material noble. En nuestro caso, las buenas noticias son noticia. Tenemos el feliz papel de trasladar a la ciudadanía los méritos de una minoría singular y valerosa, que se enfrenta al dolor, a la fatiga, a la presión... Gente ejemplar. (Relaño, 2017: en prensa<sup>93</sup>).

Si atendemos a los datos de su dossier publicitario del año más reciente (2018), el perfil del lector del diario *As* es masculino (el 83% de los lectores son varones), de clases altas y medias (un 81%), y de edades comprendidas entre los 25 y los 54 años (56%). Se publicita como un medio en el que no solo tiene cabida el fútbol, sino todos los deportes, a pesar de que en su libro de estilo resalte su «atención especial al fútbol por encima de otros deportes, dada su preponderancia entre los aficionados y los lectores, así como a la gran rivalidad entre el FC Barcelona y el Real Madrid CF» (*Libro de estilo de As*, 2019: 16).

Así, en cuanto al uso del lenguaje, hay un interés manifiesto por la claridad en las informaciones y por el buen uso del idioma:

Con frecuencia, los periodistas especializados en un deporte han ido abrazando una jerga propia, generalmente copiada de fuera, con el fin inconsciente de representarse a sí mismos como una casta más informada. Eso les distancia del público en general y del idioma castellano (Relaño, 2019: en prensa).

---

<sup>93</sup> «Alfredo Relaño: "España se ha abrazado al deporte y ha alcanzado éxitos supremos"», *As*, 4-12-17, en línea: [https://as.com/masdeporte/2017/12/04/polideportivo/1512415816\\_957946.html](https://as.com/masdeporte/2017/12/04/polideportivo/1512415816_957946.html).

As cuenta con un libro de estilo desde el 2018. Es un manual de redacción (no disponible para el público en general, pues no está a la venta), que marca la línea editorial y las normas de obligado cumplimiento que han de seguir sus periodistas. Contiene, además, un capítulo dedicado a las publicaciones en el medio digital y dos versiones reducidas del manual, en inglés y árabe. Entre las prioridades del medio, en su manual se destaca la importancia del interés humano en sus noticias:

La información sobre deportes es sobre todo una información sobre deportistas, que atiende principalmente a los relatos humanos de esfuerzo, talento, nobleza y superación. El diario As debe estar atento a describir esos logros y el sufrimiento que implica alcanzar una medalla, un campeonato, un triunfo. Y también a resaltar la capacidad de las personas para sobreponerse a los contratiempos (*As. Libro de estilo*, 2018: 16).

En este sentido, en cuanto al tipo de periodismo que promulga, es un periodismo popular, pero sin sensacionalismos:

Los titulares llamativos, los despliegues fotográficos, el resalte de hechos secundarios o la descripción de acontecimientos anecdóticos forman parte de un periodismo legítimo que no se debe confundir con la exageración de los hechos, la falta de respeto a las personas, la presentación de lo irrelevante como trascendental o el morbo hacia las desgracias ajenas. (*As. Libro de estilo*, 2018: 17).

También se pone en valor la veracidad del medio, a partir de noticias contrastadas y completas, escritas con precisión y rigor, ya que «hay que ofrecer al lector los datos necesarios para que comprenda el entorno de los hechos. La contextualización es capital en el Periodismo» (2018: 50). Así, se recalca que en una noticia se debe conocer la versión de todas las partes implicadas en un conflicto, y no se pueden omitir datos relevantes, como unidad informativa que es:

Un texto informativo debe explicarse en sí mismo. Ha de estar concebido de manera que el lector no necesite recordar los antecedentes para comprender la información que se le ofrece. Cada noticia debe escribirse como una unidad informativa, sin sobreentenderla ligada a otros textos, ni siquiera cuando figuren anejos (despieces o documentaciones) (*As. Libro de estilo*, 2018: 49).

En lo referente al tipo de lenguaje, en las normas de escritura se deja claro que «debe tender a la concisión, al uso de frases cortas, a una ordenación natural de los elementos» (*As. Libro de estilo*, 2018: 27). A este respecto, el manual especifica que en



cuanto a la escritura y el léxico se deben seguir las normas de la RAE y de la Asociación de Academias de la Lengua Española.

#### d) *Marca*

Propiedad de Unidad Editorial, por su carácter nacional se define como «el periódico de todas las aficiones», aunque su ideología es afín al Real Madrid. Es un diario que publica información sobre todas las modalidades deportivas. Su tirada es de 234.153 ejemplares y es el periódico más leído entre los convencionales y especializados, con una cifra de 2.699.000 de lectores.

En cuanto a la cuestión lingüística, el diario *Marca* publicó en el año 2012 su libro de estilo. Uno de los principios generales que recoge el manual da pistas acerca de la declaración de intenciones en el modelo de lenguaje que debe emplearse en el medio: «es compromiso de sus editores y su Dirección utilizar para ello un lenguaje popular e inteligible, en muchas ocasiones incluso coloquial, pero no por ello exento de corrección, pulcritud y riqueza» (2012: en línea). Así, sus cuatro principios básicos explicitados en su manual son la claridad, la precisión, la originalidad y la fluidez. En cuanto al léxico, el lenguaje sencillo debe ir de la mano de un lenguaje preciso, donde se eviten los neologismos y las expresiones cultas o arcaicas. En el caso de los tecnicismos, estos siempre deben ir acompañados de una explicación. En el nivel gramatical, la fluidez es indispensable:

Abusar de incisos y oraciones subordinadas hasta perder de vista el sujeto de la oración, repetir palabras y estructuras, estirar sin necesidad las frases, caer en rimas o cacofonías... Todos ellos son obstáculos que dificultan la lectura y, por tanto, la comprensión de la información por parte del lector. La estructura sujeto + verbo+ predicado debe ser la base fundamental sobre la que se sostenga la redacción de cualquier información o artículo de opinión (2012: en línea).

Por otro lado, también deja claro cuál es uno de los principales objetivos de la publicación:

Siendo el entretenimiento la esencia misma del deporte, *Marca* también ha de preocuparse por entretener, objetivo que debe tenerse en cuenta a la hora de componer tanto la apariencia del periódico como sus contenidos, sin que ello suponga menoscabo alguno del necesario rigor informativo ni de la veracidad.

De hecho, en su *mediabook*<sup>94</sup> concreta cuál es el tipo de información que recoge en sus páginas: las anécdotas y las hazañas de los deportistas. Se trata de géneros que responden a ese afán de espectacularizar la información. Sin embargo, a este respecto, el libro de estilo deja claro que «el periodismo es información, no literatura»:

Es esta una afirmación que puede parecer innecesaria. Sin embargo, en la profesión existen muchos ámbitos en los que tiende a olvidarse dicha premisa fundamental. El desarrollo de los distintos géneros que mezclan información y opinión –crónicas, reportajes, piezas de ambiente...– ha provocado que en numerosas ocasiones encontremos textos que se pierden en descripciones épicas, enrevesadas narraciones o notas de color que reemplazan al contenido informativo. Este problema es tradicionalmente virulento en la prensa deportiva, razón por la cual hay que poner especial atención en reflejar datos antes que impresiones. (2012: en línea).

Finalmente, en cuanto al perfil al cual va dirigida la publicación, el público lector de *Marca* es mayoritariamente masculino (un 82% son hombres) y de clase media, media alta o alta (un 42% de clase media y un 40% de clase media-alta o alta). En cuanto a las franjas de edades, destaca la correspondiente a la edad adulta (de los 25 a los 57), con un 57%. En segundo lugar, el 30% de sus lectores tienen 55 años o más y solo un 12% son jóvenes de entre 14 y 24 años.

### e) *Sport*

Forma parte del Grupo Zeta, la misma empresa que *El Periódico de Cataluña*. Absorbida en el año 2019 por Prensa Ibérica, esta cabecera catalana tiene una línea editorial barcelonista. Su tirada es de 87.594 ejemplares y la siguen 583.000 lectores.

En la página corporativa del Grupo Zeta se destaca, precisamente, que desde su nacimiento, en el año 1979, *Sport* es pionero en dejar clara su postura deportiva pro Barça:

Fue el primer periódico deportivo que se presentó en público sin careta. Es decir, defendía –y defiende– sin tapujos los colores de un club de fútbol, en este caso, los del Barcelona. En su momento, aquello fue una verdadera novedad. Nadie se había atrevido, de forma explícita, a tanto, aunque el público conociera de qué pie cojeaba cada uno (*Grupo Zeta*, 2020<sup>95</sup>).

---

<sup>94</sup> En línea: <https://www.unidadeditorial.es/publicidad/Prensa/marca%20edicion%20nacional.html>.

<sup>95</sup> En línea: <https://www.grupozeta.es/nuestra-historia/>.

Respecto al perfil de público, en su *mediakit* más reciente<sup>96</sup> caracteriza el perfil de sus lectores de la edición papel: el 78% son hombres, el tramo de edad mayoritario es el de los 45 a los 64 años (un 38%), seguido del tramo de los 25 a los 44 años (un 32%). Los jóvenes hasta 25 años y los mayores de 65 años suman el 29% de la audiencia. En cuanto a nivel de estudios, el tramo más amplio se sitúa en estudios de 2.º grado (72%), mientras que los de primer grado y universitarios son secundarios, con un 7% y un 21%, respectivamente. En lo que respecta al índice socioeconómico, según el nivel de estudios y la profesión, un 32% de los lectores son de clase alta, un 13% pertenecen a la media-alta, un 24% son de clase media, un 11% de media-baja y un 19% corresponde a clase baja. Es, por tanto, una audiencia diversificada, en comparación con las otras cabeceras deportivas. En lo que se refiere al hábitat, el 51% vive en ciudades de 10.000 a 500.000 habitantes.

Finalmente, en cuanto al lenguaje, *Sport* no cuenta con un manual de redacción propio. No hemos podido constatar si, a nivel interno, se siguen unas normas concretas o es la autoridad lingüística la que marca los mínimos exigibles en cuanto al buen uso del lenguaje.

### 3.2.3. Caracterización de la muestra

Durante un mes (del 20 de febrero al 20 de marzo de 2014) se han seleccionado las noticias firmadas de cada una de estas cabeceras (280 números en total<sup>97</sup>), con una media que sobrepasa las 1.000 noticias por cada periódico. Esto equivale a un volumen aproximado de 12.000 textos analizables, que se traduce en casi seis millones de palabras.

*A priori*, teniendo en cuenta el número de palabras de cada cabecera, podemos adelantar algunas consideraciones del tipo de medio o, al menos, de la importancia que adquiere la noticia de elaboración propia en los medios escogidos. No tenemos datos sobre cuántas palabras totales contiene una cabecera ni podemos averiguar el porcentaje que le corresponde a los textos puramente informativos en cada medio, pero sí podemos hacer una comparativa entre las cabeceras de análisis.

Así, entre los medios generalistas, destacan *El País*, con una media de 46 noticias por día y *El Mundo*, que posee la cifra menor: 35. En los especializados en deportes, *Marca*

---

<sup>96</sup> En línea: <https://www.prensaiberica360.es/nuestras-marcas/papel-y-digital/sport/mediakit-sport/>.

<sup>97</sup> Las noticias de los periódicos generalistas y de los deportivos se han recogido durante 29 días, mientras que los textos de los medios económicos se han recopilado durante 24 días, ya que estos periódicos no salen los domingos.

casi triplica el número de informaciones (94) con respecto a los medios de la competencia, que tienen números similares: 34 noticias aparecen en *Sport*, mientras que *As* contiene una media de 35. En los medios económicos las cifras también distan entre sí: resaltan las 38 noticias de *Expansión* frente a las 23 de *Cinco Días*.

Con los datos de que disponemos, también podemos calcular la longitud media de las noticias que conforman el corpus. En los medios generalistas, la extensión media de la noticia está cercana a las 600 palabras; en los medios especializados en economía, se superan levemente las 500 palabras, mientras que en los deportivos, las noticias son mucho más breves, con una media de poco más de 300 palabras.

Hemos visto que, en cuanto al perfil de público al cual van dirigidos, responden a intereses y funciones distintas, de forma que representan a una amplia gama de sectores de la sociedad. Igualmente, contamos con un espectro ideológico y empresarial extenso, pues se trata de medios de las principales empresas nacionales de comunicación, que cuentan con los datos más importantes de tirada y audiencias, y que tienen institucionalizadas unas señas de identidad reconocibles por el imaginario colectivo. En definitiva, tanto por la extensión como por la variedad y pluralidad de intereses e ideologías, consideramos que la muestra de análisis responde al criterio de representatividad.

Tabla 7. Caracterización de la muestra<sup>98</sup>

Tipo de periódico	Cabecera	Grupo de comunicación	Promedio de difusión	Tirada (ejemplares)	Lectores diarios (EGM)	Línea editorial	Número de palabras en el corpus	Número de noticias en el corpus	Media de noticias por publicación diaria	Longitud media de las noticias (nº de palabras)
<b>Generalista</b>	<i>El País</i>	Grupo Prisa	238.560	297.445	1.770.000	Centro-izquierda, con vocación europeísta	904.610	1.360	47	665
	<i>El Mundo</i>	Unidad Editorial	139.549	200.827	1.077.000	Centro-derecha, liberal	657.876	1.029	35	639
	<i>El Periódico de Cataluña</i>	Prensa Ibérica	89.817	114.468	599.000	Catalanista no nacionalista, progresista	595.592	1.104	38	539
	<i>ABC</i>	Vocento	117.256	168.034	536.000	Conservador, monárquico y católico	647.455	1.217	42	532
	<i>La Razón</i>	Planeta	81.027	112.217	271.000	Ideología conservadora y católica	597.605	1.076	37	555
						<b>TOTAL</b>	<b>3.403.138</b>	<b>5.786</b>	<b>40</b>	<b>588</b>
<b>Deportivo</b>	<i>Marca</i>	Unidad Editorial	159.516	234.153	2.699.000	Afin al Real Madrid	871.489	2.727	94	320
	<i>Sport</i>	Prensa Ibérica	56.652	87.594	583.000	Línea editorial barcelonista	415.810	991	34	419
	<i>As</i>	Grupo Prisa	140.173	194.663	1.344.000	Afin a la información del Real Madrid, Barcelona y Atlético	309.627	1.025	35	302
						<b>TOTAL</b>	<b>1.596.926</b>	<b>4.743</b>	<b>54</b>	<b>337</b>
<b>Económico</b>	<i>Expansión</i>	Unidad Editorial	27.987	42.979	177.000	Económico-liberal y conservador	420.464	905	38	465
	<i>Cinco días</i>	Grupo Prisa	25.112	34.928	72.000	Liberal de centro-izquierda	314.773	549	23	573
						<b>TOTAL</b>	<b>735.237</b>	<b>1.454</b>	<b>30</b>	<b>505</b>

<sup>98</sup> Datos del OJD, del EGM y de las páginas webs corporativas de los grupos de comunicación pertenecientes al periodo de recopilación del corpus (febrero-marzo del 2014). El número de palabras y de noticias del corpus se ha obtenido mediante el programa *Wordsmith Tools* (8.0).

Uno de los aspectos que se ha tenido en cuenta para poder trabajar con el corpus de los periódicos generalistas ha sido la diferenciación de las noticias por secciones. Cada periódico cuenta con unas temáticas que no tienen por qué denominarse del mismo modo. Por esa razón, se ha considerado agrupar esas temáticas en torno a las secciones clásicas (política, sociedad, cultura, economía y deportes)<sup>99</sup>:

**Tabla 8.** Agrupamiento por secciones

	<b>Política</b>	<b>Cultura</b>	<b>Sociedad</b>	<b>Economía</b>	<b>Deportes</b>
<i>El País</i>	Nacional Internacional	Cultura Tendencias Críticas y crónicas Pantallas	Vida y artes Sociedad Obituarios Gente Educación	Economía	Deportes
<i>El Mundo</i>	Portada España Mundo	Comunicación Cultura Críticas y crónicas Última	Obituarios Ciencia <sup>100</sup>	Economía	Deportes
<i>El Periódico de Cataluña</i>	Política Tema del día Internacional	Críticas y crónicas Cultura Espectáculos Televisión y radio	Sociedad Gente	Economía	Deportes
<i>ABC</i>	Nacional Internacional	Cultura Toros Críticas y crónicas Comunicación Televisión y radio	Sociedad Obituarios Gente	Economía	Deportes
<i>La Razón</i>	Primera plana España Internacional	Críticas y crónicas Cultura Toros Televisión y Comunicación	Gente Obituarios Sociedad Tecnología Ciencia Religión	Economía Bolsa	Deportes

<sup>99</sup> Se ha tomado en consideración la clasificación que hace Muñoz-Torres (1997) de las subáreas temáticas de un diario. No obstante, no se ha tratado la temática de ciencia y tecnología como independiente, puesto que los periódicos estudiados o no la contienen en sus páginas o la incluyen en la sección de sociedad.

<sup>100</sup> En el periodo de recopilación del corpus, *El Mundo* no incluye la sección de sociedad, que sustituye por las páginas de ciencia.

SEGUNDA PARTE:  
ANÁLISIS Y RESULTADOS





# CAPÍTULO 4.

## IMPLICACIONES DE LAS RELACIONES POR EXPANSIÓN EN LA NOTICIA

*El lenguaje es la realidad y la realización de nuestra vida mental, a la cual estructura según sus formas –sus sustantivos, adjetivos, verbos, etc.; su sintaxis, tan diversa en cada lengua.*

ALBERT CHILLÓN (2001: 29)



## 4.1. INTRODUCCIÓN

Después de profundizar en la base teórica de este trabajo –la lingüística sistémico-funcional, la lingüística textual y los estudios sobre el discurso periodístico–, cabe ahora centrarse en la que, creemos, importante aportación del análisis de las relaciones lógico-semánticas a la comunicación periodística. En primer lugar, analizaremos las relaciones de expansión. El mayor o menor nivel de elaboración, extensión y ampliación en una noticia informativa muestra diferentes gradaciones de los estilos periodísticos. En este sentido, los factores de la expansión que se han analizado en este capítulo son elementos que, desde el punto de vista morfológico, pertenecen a distintas clases gramaticales, aunque desde el punto de vista del significado forman parte de un mismo paradigma. Hemos adaptado estos elementos propuestos por Halliday para la lengua inglesa al español, lo que conlleva algunas dificultades puntuales que no influyen en el conjunto de la categoría analítica aplicada al modelo del discurso informativo.

De este modo, pensamos que estas relaciones de expansión son un instrumento válido para estudiar el lenguaje del texto informativo, ya que funcionan como indicadores de los rasgos de estilo de la noticia. Consideramos que, mediante su análisis, podremos entender por qué la noticia periodística utiliza unos recursos lingüísticos según el tipo de medio, la temática tratada o el público al cual se dirige. Teniendo en cuenta la función de cada relación de expansión, proponemos los siguientes rasgos del estilo:

- a) Estilo ± explicativo
- b) Estilo ± narrativo
- c) Estilo ± dinámico
- d) Estilo ± modalizado
- e) Estilo ± formal
- f) Estilo ± declarativo
- g) Estilo ± documentado
- h) Estilo ± cohesionado

Con todo, los elementos de búsqueda de la expansión se pueden ver en la siguiente tabla (Tabla 9):

Tabla 9. Elementos de búsqueda de la expansión

ELABORACIÓN		EXTENSIÓN		AMPLIACIÓN	
PARATAXIS	HIPOTAXIS	PARATAXIS	HIPOTAXIS	PARATAXIS	HIPOTAXIS
<p><b>Exposición:</b> en otras palabras, es decir, o sea, esto es, lo que es lo mismo</p> <p><b>Clarificación</b> Corrección: mejor dicho, más bien Digresión: por cierto Evasión: de todas formas Resumen: en suma, en suma: en suma, en conclusión, en definitiva, en fin, a fin de cuentas, al fin y al cabo Verificación: en realidad, de hecho, en efecto, pues bien Particularización: concretamente, en concreto</p> <p><b>Ejemplificación</b> por ejemplo, a saber</p>	<p><b>La oración de relativo explicativa:</b> a) Pronombres relativos simples sin y con preposición: (prep) + que (prep) + quien d) Pronombres relativos complejos sin y con preposición (prep) + el/la/lo/los/las que (prep) + el/la/lo/los/las cual/es e) Determinante relativo cuyo y variantes con preposición f) Adverbios relativos donde y variantes con preposición, cuando y como</p>	<p><b>Adición positiva:</b> y, asimismo, además, también <b>Adición negativa:</b> ni, ni siquiera, ni tan siquiera, tampoco <b>Adición adversativa:</b> pero, no obstante, sin embargo, por el contrario, ahora bien</p> <p><b>Variación por reemplazamiento:</b> por otra parte, por otro lado <b>Variación por sustracción:</b> excepto, salvo <b>Variación por alternativa:</b> o, o bien</p>	<p><b>Adición adversativa:</b> mientras que, aunque</p> <p><b>Variación por sustracción:</b> excepto que, salvo que</p>	<p><b>Temporales:</b> al final, al principio, a continuación, entretanto, mientras tanto, después, antes, entonces <b>Espaciales (valor metafórico):</b> en ese sentido, en este sentido, a ese respecto <b>Causales-Consecutivas:</b> de esta forma, de esa manera, de esta manera, de esa manera, de este modo, de ese modo, por eso, por esa razón, por lo tanto, por tanto, así pues, por ende, por consiguiente <b>Condicionales:</b> en ese caso, en tal caso, de lo contrario, de otro modo, de otra manera, de otra forma, en caso contrario <b>Comparativos:</b> del mismo modo, de la misma manera, de la misma forma, de manera similar, de forma similar, de modo similar, de igual forma, de igual modo, de igual manera <b>Concesivas:</b> aun así, y eso que en cualquier caso, en todo caso, con todo, así y todo <b>Finales:</b> a tal fin, a tal efecto, para eso, para ello</p>	<p><b>La oración adverbial:</b> <b>Temporales:</b> cuando, mientras, antes de que, después de que <b>Espaciales:</b> donde <b>Modales:</b> como <b>Causales:</b> pues, porque, ya que, puesto que, dado que <b>Consecutivas/</b> <b>lrativas:</b> así que, de manera que, de forma que, de modo que, de ahí que <b>Condicionales:</b> si, siempre que, si no, a menos que, a no ser que <b>Comparativos:</b> como si, igual que si, como que <b>Concesivas:</b> aunque, pese a que, si bien, a pesar de que, incluso si <b>Finales:</b> para que, a fin de que, con el fin de que, con intención de que</p>

En la cuestión metodológica, las búsquedas de la elaboración paratáctica, de la extensión y de la ampliación se han realizado a partir del corpus crudo, mientras que las de la elaboración hipotáctica se han efectuado con el corpus etiquetado, al tratarse de unos factores de análisis más complejos, con variantes de género y número y con funciones sintácticas. En las siguientes imágenes, se puede ver un ejemplo de cada uno de estos tipos de búsqueda en el programa *Wordsmith Tools*<sup>101</sup>:

Figura 3. Búsqueda de los elementos de la elaboración paratáctica

Concordance	
encontrar jugadores a coste <b>cero. De hecho</b> , Ayala trabaja en Sudamérica y l	
cualquier otra posición del <b>ataque. De hecho</b> , el mejor situado en la agenda de	
anado fuera aún en el presente <b>año. De hecho</b> , hay que remontarse a la última	
s deportistas que cobija y <b>aglutina. De hecho</b> , Caimanes son los segundos ga	
) y Messi le iguala (7 de 15, el <b>46%</b> ). <b>De hecho</b> , los dos, que luchan mano a ma	
asta su muerte, en febrero del <b>2012. De hecho</b> , en el forro aparece su firma, la f	
veces de vacaciones". A día de <b>hoy, de todas formas</b> , a Keita todavía le falta po	
dos al cine, algunas imágenes. Y <b>yo en concreto</b> quiero enmarcar los últimos n	
da la vida, el madrileño de <b>Vallecas (en concreto)</b> , en la Carretera de Villaverde	
rios en una causa judicial. DIS <b>pide en concreto</b> que la Justicia española le ap	
ver el partido debe utilizar <b>Internet, en concreto</b> la web austriaca www.laola1.t	
ta obsesiva en la palabra <b>fiabilidad. En concreto</b> , en Sakhir la pasada semana	
organizar la redistribución del <b>aforo. En concreto</b> , el equipo se mudará en agos	
tro de las retribuciones <b>abonadas, en concreto</b> del 24,75 por ciento de los rer	
ora, marcar un gol, perder por <b>uno. En definitiva</b> , el Elche llegó hasta donde p	
Atlético, que puede jugarse la <b>Liga. En definitiva</b> , un calendario durísimo con a	
er campeón de Liga hayan <b>ganado. En definitiva</b> , que ayer en El Sadar se vivió	

Figura 4. Búsqueda de los elementos de la elaboración hipotáctica

Concordance	
n [en] PRP la=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC F S han [haber] V PR 3P IND VFIN rer	
n [en] PRP la=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC F S llevó [llevar] V PS 3S IND VFIN a [	
, a [a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S ve [ver] V PR 3S IND VFIN luchan	
n [en] PRP la=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC F S el [el] DET M S Barça [Barça] PRP	
, a [a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S colotto [Colotto] PROP MF S/P nd	
n [en] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S el [el] DET M S lateral [lateral] N M	
, a [a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S goleó [golear] V PS 3S IND VFIN (	
n [en] PRP la=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC F S también [también] ADV figuraba [f	
, a [a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S solo [solo] ADV había [haber] V IMP	
n [en] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S disputó [disputar] V PS 3S IND VF	
n [en] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S le [le] PERS MF 3S DAT gustaría	
, a [a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S le [le] PERS MF 3S DAT cuesta [c	
n [en] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S la [la] DET F S mujer [mujer] N F	
n [en] PRP la=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC F S hizo [hacer] V PS 3S IND VFIN sa	
, a [a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S censuró [censurar] V PS 3S IND	
, a [a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S ya [ya] ADV había [haber] V IMPF	
n [en] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S será [ser] V FUT 3S IND VFIN el [	
n [en] PRP la=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC F S andan [andar] V PR 3P IND VFIN	
[a] PRP el=que <b>[el=que] &lt;rel&gt;</b> SPEC M S había [haber] V IMPF 1/2S IND VF	

En el procedimiento de búsqueda con el corpus crudo se ha llevado a cabo una revisión posterior para obviar ocurrencias fuera del propósito de la tesis. Así, se han eliminado frases hechas que incluyen la conjunción *ni*, como *ni fu ni fa o ni de lejos*, así

<sup>101</sup> Los listados completos de concordancias se pueden consultar en el anexo digital.

como otros casos con significados alejados al objetivo, como *en realidad* con valor distinto a «efectivamente» o «sin lugar a dudas» (por ejemplo, cuando aparece junto al verbo *convertir*: «convertirse en realidad») o la discriminación del *aunque* adversativo en la ampliación hipotáctica, en concreto, en las oraciones adverbiales concesivas.

En la elaboración hipotáctica, los elementos que han sido clave para buscar pronombres, determinantes y adverbios relativos en oraciones explicativas han sido los signos de puntuación, por ser esta la norma general. De esta forma, se han tenido en cuenta los contextos en los que aparecían comas, paréntesis y rayas<sup>102</sup>, con objeto de excluir las oraciones especificativas de las explicativas desde el primer momento de la búsqueda. Este método implica que se hayan obviado las posibles excepciones de explicativas sin pausa. Asimismo, se han eliminado las especificativas con pausa introducidas por *el que*, *la que*, *los que* y *las que*, y también se han evitado los resultados con encapsuladores anafóricos. Con las concordancias obtenidas, se ha realizado una revisión posterior para discriminar aquellos elementos que no cumplían los requisitos de las explicativas, a saber: el adverbio *cuando* sin antecedente temporal o con valor concesivo o condicional (ejemplos 1 y 2), oraciones con *como* con valor causal, condicional, preposicional<sup>103</sup> o ejemplificativo (ejemplos 3 y 4), o las oraciones con *que*, precedidas de conjunción, como y o *pero*, que no siempre son relativas explicativas<sup>104</sup> (ejemplos 5 y 6):

- (1) *Sin antecedente*: En la selección brasileña, cuando Neymar recibe una falta ostentosa, Marcelo es el más puntual en acudir al rescate, ponerse de uñas con el agresor, y reparar en el árbitro. (Dídac Peyret, «Enemigos íntimos», *Sport*, 20-03-14, 8).
- (2) *Valor condicional*: Es blanca como la nieve, porque está esculpida directamente en la roca, y ese material, cuando se trabaja, parece escayola o talco. (Ulises Fuente, «Egipto confidencial», *La Razón*, 19-03-14, 56).
- (3) *Valor preposicional*: La Fiscalía de la Audiencia Nacional solicitó al juez Pablo Ruz la imputación del Barcelona (como persona jurídica) en un delito fiscal en el fichaje de Neymar, al considerar que el club defraudó 9,1 millones a Hacienda. (Moisés Llorens, «La Fiscalía pide imputar al Barça por Neymar», *AS*, 20-02-14, 2).
- (4) *Valor causal*: En consecuencia, como el niño no está acostumbrado a que le fijen normas, se rebela y tiene más riesgo de querer fugarse. (Raquel Vidales, «Coger la puerta...y volver otra vez», *El País*, 18-03-14, 30).

---

<sup>102</sup> También se ha considerado buscar el guion corto, puesto que en algunos medios se utiliza este para delimitar los incisos.

<sup>103</sup> Jiménez (2003) habla del valor de *como* como preposición en casos donde no aparece el verbo. Sin embargo, para otros autores, se trata de un valor relativo donde hay un verbo omitido.

<sup>104</sup> De hecho, se ha comprobado que, en algunos de estos casos, el programa ha etiquetado incorrectamente la conjunción *que*, introductoria de una subordinada sustantiva, como un relativo.

- (5) *Conjunción*: La realidad fue que el Bayern se gustó, nos gustó, **y que hoy es claro favorito para pasar a cuartos**. (Edu Fernández, «El Arsenal se agarra al pasado para hacer posible el milagro», *As*, 11-03-14, 11).
- (6) *Conjunción*: Agregaba el oficial que su organización estaba fuera de la política, **pero que, a partir de los sangrientos sucesos de los últimos días, su grupo y otros grupos de defensa forman parte del consejo coordinador del Maidán que hasta ahora había estado controlado por los líderes de la oposición parlamentaria**. (Pilar Bonet, «El Maidán recela de los políticos», *El País*, 22-02-14, 4).

En el análisis de los elementos que conforman la expansión, se ha considerado incluir en el cómputo de frecuencias los elementos de búsqueda que aparecen en la totalidad del cuerpo de la noticia, es decir, también dentro de las citas. En primer lugar, porque el discurso periodístico no es únicamente la voz del periodista, ya que se elabora también con las declaraciones de las fuentes. Es decir, en la narratividad de la noticia también entran en juego la cita y sus componentes. Por tanto, el lenguaje de la cita también está al servicio de esa narratividad. En segundo lugar, porque el periodista reelabora lingüísticamente la cita literal que procede, normalmente, de la fuente, bien sea de manera directa –la expresada por el informante sin mediaciones–, bien de modo indirecto, a través del texto reproducido por una estancia intermedia.

## 4.2. LA ELABORACIÓN EN LA NOTICIA PERIODÍSTICA

El procedimiento de la elaboración (una oración o un fragmento de texto desarrolla o reelabora otra oración u otro fragmento, aportando una explicación, una aclaración, un ejemplo o una descripción) se presenta con oraciones introducidas por conectores y con cláusulas subordinadas adjetivas explicativas. A las primeras, Halliday las considera relaciones paratácticas de exposición, ejemplificación y clarificación, mientras que a las segundas, situadas en el terreno de la descripción, las ubica en la hipotaxis. Pero ¿qué datos significativos aporta su análisis en la estructura informativa de la noticia desde el punto de vista comunicativo?<sup>105</sup> ¿Cuál es su interés en correspondencia con los objetivos planteados en esta tesis? En la siguiente tabla se pueden ver cuáles son las principales

---

<sup>105</sup> Una parte de los resultados de este epígrafe han sido presentados a las Jornadas de Fomento de la Investigación de la UJI y a la Revista de Estudios Culturales de la Universitat Jaume I, como parte de las actividades formativas obligatorias del Programa de Doctorado en Lenguas Aplicadas, Literatura y Traducción de la Universitat Jaume I. Dichas actividades son requisito para poder realizar el depósito de la tesis y tienen como objetivo presentar los resultados iniciales de la tesis doctoral a revistas científicas y a congresos. Aparecen, pues, en: Moya Isach, R. (2018): «Conexión textual y modelos comunicativos: la elaboración paratáctica en el discurso periodístico informativo», *Cultura, Lenguaje y Representación*, 19, 99-117 y en Moya Isach, R. (2018): «Estilos comunicativos y elaboración hipotáctica: implicaciones en los discursos generalistas y especializados», *Fòrum de recerca*, 23, 575-596.

implicaciones de la relación lógico-semántica de la elaboración en los estilos de la noticia periodística. Justamente, de la expansión, la elaboración es la relación que más interviene en los rasgos del género, pues sus diferentes mecanismos condicionan de manera significativa aspectos relacionados con la modalización, la objetividad, la divulgación, la progresión informativa o la formalidad de la noticia, entre otros factores (Tabla 10):

Tabla 10. Principales implicaciones de la elaboración en los estilos de la noticia

Estilo periodístico	Rasgos
± explicativo	En la elaboración paratáctica, la exposición y la ejemplificación (y el uso de conectores que parafrasean, aclaran, repiten o ilustran los contenidos) aportan información sobre el carácter explicativo, divulgativo y pedagógico de la labor informativa.
± narrativo	En la elaboración hipotáctica, las relativas con antecedente temporal y espacial favorecen el estilo narrativo.
± dinámico	La clarificación facilita la progresión temática, a favor de un discurso ágil y un mejor procesamiento de la información.
± modalizado	El uso de algunos conectores de clarificación tiene que ver con la interpretación de los hechos por parte del periodista.
± formal	La elaboración, tanto paratáctica como hipotáctica, muestra el grado de formalidad de la noticia, a partir del uso de conectores que son más propios de la oralidad y del uso de unos relativos u otros.
± declarativo	En la elaboración hipotáctica, la presencia de relativas introducidas por <i>quien</i> y <i>como</i> , vinculadas a antecedentes humanos, aporta información sobre el carácter polifónico de la noticia.
± documentado, contextualizado, elaborado	Las oraciones de relativo explicativas contribuyen a la profundización en la noticia, a partir de los incisos que añaden estas oraciones, aportando datos esenciales y expandiendo las referencias contextuales.
± cohesionado	La elaboración hipotáctica muestra la preferencia por una sintaxis más cohesionada y compleja o, por el contrario, de una sintaxis más sencilla, según el uso de las oraciones de relativo explicativas. La presencia de conectores de exposición, ejemplificación y clarificación son signo de lenguaje más elaborado.

#### 4.2.1. La elaboración paratáctica

La elaboración está relacionada con la variable del registro modo<sup>106</sup>, la cual se vincula, como resalta Martínez Lirola (2007: 50) con la actitud u opinión del hablante sobre la proposición que se expresa, es decir, los roles adoptados por el hablante y sus actitudes asociadas:

Mood is the major interpersonal system of the clause; it provides interactants involved in dialogue with the resources for giving or demanding a commodity, either information or goods-&-services –in

<sup>106</sup> Como se ha explicado en este trabajo, Halliday habla de tres dimensiones en el concepto de registro: el campo, el tenor y el modo.



other words, with the resources for enacting speech functions (speech acts) through the grammar of the clause: statements (giving information), questions (demanding information), offers (giving goods-&-services), and commands (demanding goods-&-services). (Halliday y Matthiessen, 2014: 97).

Esto significa que hay una relación entre el modelo lingüístico y la dimensión social del discurso, es decir, cuanto más se aproxima el texto al modelo escrito, hay un mayor grado de elaboración textual; cuanto más al modelo informal, menos elaboración. En este sentido, como recalca González Rodríguez en su trabajo acerca de las relaciones lógico-semánticas en noticias de periódicos ingleses, «se da una correlación entre estructuras lingüísticas y factores sociales, estando la forma lingüística determinada por la función social» (2003: 59). Por tanto, la elaboración se vincula con el grado de formalidad, con uno de los patrones discursivos predominantes en el género –la exposición–, y también con la dimensión explicativo-divulgativa de conocimientos especializados. A este respecto, nos encontramos aquí con dos conceptos que Bassols y Torrent diferencian: *exponer* y *explicar*. Las autoras matizan que el primero «equivale a informar, es decir, transmitir datos con un alto grado de organización y jerarquización», mientras que el segundo es una actividad que, «partiendo de una base expositiva o informativa necesariamente existente, se realiza con finalidad demostrativa» (2013: 71). De este modo, prefieren hablar de secuencias textuales explicativas, en lugar de expositivas:

La finalidad de la explicación es facilitar la comprensión o el conocimiento del texto o materia. Está claro, pues, que las secuencias explicativas no se limitan a informar o exponer –aunque también informen y expongan–, sino que quieren *hacer comprender* por qué tal cosa es, actúa, funciona, etc.

Así, en su planteamiento este tipo de secuencias no solo aparece en los textos didácticos y científicos, sino también en el ámbito periodístico: «la secuencia explicativa se halla inserta en una noticia, y su densidad puede ser tal que, por encima de la narración del hecho que la ha provocado, le confiere un carácter global explicativo» (2013: 71). En este sentido, recalcan que la explicación viene motivada por las repercusiones de los temas y contiene «las causas y consecuencias, las previsiones y expectativas, las opiniones de los expertos y otros datos de interés, expuesto con más o menos prolijidad, con respecto al tema central» (2013: 76).

En el otro extremo, dentro de la elaboración, la clarificación se considera una función necesaria del texto periodístico informativo, porque supone una matización

ineludible, obligatoria, aneja al contenido, frente a las otras dos, que son explicaciones, y, por ello, se alejan de la inmediatez del referente conceptual para introducir contenidos alejados de la linealidad textual. A su vez, la clarificación forma parte de una operación cognitiva básica en el discurso informativo: afecta a la fijación de los referentes temáticos nuevos en el discurso, sobre los que se construye la progresión temática. En este sentido, compartimos la idea de que

la estructura informativa no es una dimensión más para el análisis de los marcadores del discurso, sino el factor determinante que explica su aparición en el discurso. En la arquitectura informativa de los textos se ponen de manifiesto las dinámicas que guían la producción discursiva, desde las que los marcadores de reformulación pueden ser estudiados como unidades procedimentales que colaboran en la disposición, articulación y progresión textual del contenido comunicado (Robles i Sabater, 2014: 223).

Nos encontramos, pues, en la elaboración paratáctica, con dos funciones básicas del discurso periodístico actual: por un lado, transmitir información de manera natural, ágil y dinámica, en virtud del avance de la información en la noticia; por otro, difundirla desde una vertiente formativa, dado que el periodismo impreso busca su diferenciación y reconocimiento mediante la profundización en la información. Las estrategias divulgativas son clave en un mercado donde los medios de papel no pueden competir con la inmediatez de los medios *online*.

En la elaboración paratáctica, Halliday incluye los conectores reformuladores, aunque él los denomina de *exposición, clarificación y ejemplificación*. De hecho, y al contrario que Halliday y Matthiessen, Eggins y Martin (2003) identifican explícitamente las relaciones lógicas de elaboración con la reformulación. De esta forma, entendemos que la clasificación clásica de la reformulación (de autores como Martín Zorraquino y Portolés, 1999 o Garcés, 2008), que distingue entre reformuladores explicativos, de rectificación, de distanciamiento, recapitulativos y operadores argumentativos tiene su equivalente en la tipología de Halliday:

**Tabla 11.** Comparativa entre Halliday y Matthiessen (2014) y Martín Zorraquino y Portolés (1999)

<b>Exposición</b>	<i>en otras palabras, es decir, o sea, esto es, lo que es lo mismo</i>	Reformuladores explicativos
<b>Clarificación</b>	<i>Corrección mejor dicho, más bien</i>	Reformuladores de rectificación
	<i>Digresión por cierto</i>	Reformuladores de distanciamiento
	<i>Evasión de todas formas</i>	Reformuladores recapitulativos
	<i>Resumen en resumen</i>	
	<i>Suma en suma, en conclusión, en definitiva, en fin, a fin de cuentas, al fin y al cabo</i>	
	<i>Verificación en realidad, de hecho, en efecto, pues bien</i>	Operadores argumentativos de refuerzo
<i>Particularización concretamente, en Concreto</i>	Operadores argumentativos de concreción	
<b>Ejemplificación</b>		<i>por ejemplo, a saber</i>

Antes del análisis de los datos, cabe aquí introducir el concepto de reformulación, que ha sido tratado por numerosos autores desde diversas perspectivas<sup>107</sup>. Una definición clásica es la de Ciapusio (1993, 2005), para quien la reformulación es el procedimiento básico de producción textual que caracteriza a los textos de divulgación en general y, por tanto, a los textos de divulgación didáctica. Esta autora la entiende como una simplificación textual que se da mediante tres tipos de estrategias: la expansión, la reducción y la variación.

Por su parte, Loureda y López Serena (2013), en su análisis sobre la reformulación, distinguen la reformulación semántico-pragmática de la reformulación discursiva. Esta, como acto de composición textual, se da en la escritura y en la oralidad de formas distintas:

En la reformulación prototípicamente escrita (que busca presentar de otra manera un contenido cuya formulación inicial también se desea conservar), la presencia de un esquema de reformulación cuyo contenido está relacionado con lo ya leído no obliga necesariamente al lector a reconsiderar lo ya asimilado, volviendo hacia atrás, mientras que en la reformulación prototípicamente oral, que tiene que ver con la construcción sobre la marcha de un discurso previamente no planificado, el lector precisará poner más de su parte, actualizando la información semántica y discursiva a posteriori (Loureda y López Serena, 2013: 239).

<sup>107</sup> Robles i Sabater (2014: 212) da cuenta de las variadas interpretaciones acerca de la reformulación: ha sido descrita «como forma de paráfrasis comunicativa (Rath 1979; Vargas 2007), como estrategia de formulación (Antos 1982; Gülich/Kotschi 1983b, 1987; Bührig 1996; Norén 2002) o como mecanismo de reparación discursiva (Schegloff *et al.* 1977; Hossbach 1997; Egbert 2009)». Carmona Yanes (2016: 288) sintetiza en su tesis doctoral los distintos modelos adoptados por los teóricos al respecto de la reformulación. En su clasificación personal distingue entre cuatro tipos de reformulación: parafrástica o explicativa (*es decir*); rectificativa o reconsiderativa (*mejor dicho*); recapitulativa (*en resumen*) y de distanciamiento o separación (*de cualquier modo*).

En este mismo sentido, Garcés (2010: 89) diferencia los dos roles que adquiere la reformulación según el canal en el que se produce. En el discurso no planificado está destinada a «resolver problemas de comprensión comunicativa», mientras que en el discurso planificado «se convierte en un mecanismo para alcanzar determinados efectos contextuales».

Desde el punto de vista de los conectores reformuladores, «la consideración de las dinámicas que rigen los procesos de producción textual nos permitirán analizar estos marcadores no como meros nexos textuales paratácticos, sino como los mecanismos mediante los que el emisor distribuye y presenta las distintas unidades comunicativas con las que compone su discurso» (Robles i Sabater, 2014: 207). Garcés (2010: 88) caracteriza la reformulación en contraste con otras funciones discursivas como «el proceso retroactivo que permite explicar, rectificar, reconsiderar, recapitular o separarse de la formulación anterior». En este sentido, el emisor utiliza las formulaciones lingüísticas «según su intención comunicativa», y como «guía que ayuda al interlocutor a obtener las inferencias apropiadas para interpretar adecuadamente el mensaje».

La reformulación está estrechamente vinculada a la divulgación y a la didacticidad, por lo que consideramos que el análisis de las estrategias de la relación de elaboración nos mostrará los diferentes grados de divulgación en la prensa española escrita actual y, en consecuencia, su posición respecto al público al cual va dirigida. Este argumento tiene que ver con la idea del discurso periodístico como gestor social de conocimiento (Salvador, 2002: 114): «dentro de este marco de gestión social de los conocimientos es donde operan unas estrategias de difusión que tienen como propósito reformular y recontextualizar los discursos especializados en sucesivos círculos concéntricos de amplitud creciente, que corresponden a expectativas de recepción social de mayor alcance». Asimismo, la ejemplificación es, en palabras de Esteve (2004: 267) un «indicador discursivo para hacer más comprensible el discurso». Es, por tanto, una técnica didáctica que hace más inteligible la información dada al público objetivo.

A este respecto, la prensa de papel tiene una función social, hoy más que nunca, en un mercado saturado de publicaciones por la proliferación de los medios digitales. La inmediatez de la red se pretende contrarrestar con la mayor elaboración de los contenidos, en una sociedad que demanda «cada vez más información asequible sobre ciertas

revoluciones tecnológicas de la contemporaneidad que afectan de manera inmediata a su vida cotidiana en distintas áreas» (Salvador, 2002: 109). Como apunta Alcívar (2004: 45),

el destinatario de la información no está interesado únicamente en conocer el «contenido conceptual» sobre el asunto del que se le informa, sino que lo está fundamentalmente en comprender el significado que esa información puede entrañar para él y qué consecuencias prácticas pueden derivarse para su vida cotidiana.

Precisamente, el texto periodístico funciona como un «discurso nudo entre un límite superior ocupado por el saber especializado, y un nivel inferior, el de su finalidad divulgativa» (Vellón, 2014a: 102). Así pues, temas como la salud, el medio ambiente, la tecnología o la ciencia, que la mayoría de periódicos recogen en sus páginas de sociedad, o la economía, con un área específica destinada para ella en todos los medios, han pasado a interesar al ciudadano común tanto por las repercusiones sociales en su vida como por la formación en los conocimientos y conceptos científicos.

#### 4.2.1.1. La exposición y la ejemplificación: la divulgación en la noticia

En cuanto al nivel de divulgación por modelos de medios, nos centraremos, en primer lugar, en los periódicos de información general. Como revela la Tabla 12, se aprecia una dinámica clara en el uso de los mecanismos de la exposición y la ejemplificación. Por un lado, hay divergencias en el nivel de uso de estas estrategias según el medio pero, por otro, hay puntos en común en lo que respecta a las secciones temáticas. Así pues, el periódico que destaca por una mayor utilización de los conectores de exposición y ejemplificación es *La Razón*, con una FN de 41 ocurrencias por cada 100.000 palabras, mientras que *ABC* es el medio que recoge el menor número de casos, con una cifra de 27 conectores. Tres puntos por encima de *ABC*, se sitúa *El Periódico*, con 30 casos, en tanto que *El País* y *El Mundo* obtienen unas frecuencias similares: 36 y 39 casos, respectivamente. Queda claro que, en cifras totales, en *La Razón*, *El Mundo* y *El País* predomina la función divulgativa, mientras que en *El Periódico* y *ABC* no se toma tan en consideración el valor pedagógico de la noticia. Estas dos afirmaciones hay que contextualizarlas, pues si observamos los datos por sección, el asunto del que se habla en la noticia requiere de un mayor o menor grado de didacticidad en el texto. Se observa, pues, que las secciones de sociedad y economía

ocupan los dos primeros lugares en cuatro de los cinco periódicos analizados. Por contra, la temática deportiva obtiene los resultados más bajos en cuatro de los medios analizados.

En cuanto al área de economía, hay una labor explicativa importante mediante el uso de la exposición y de la ejemplificación. Los periodistas interpretan, repiten con palabras diferentes, aclaran e ilustran los contenidos que pueden resultar complejos o demasiado técnicos para el lector medio, usando *en otras palabras, es decir, esto es, o sea, lo que es lo mismo, por ejemplo, a saber* (ejemplo 7):

- (7) En general el comité de expertos, al igual que hace la Comisión Europea, apuesta por una devaluación fiscal, **es decir**, aumentar los impuestos indirectos, que gravan el consumo, y reducir los que afectan al empleo, incluidas las cotizaciones sociales. (Yolanda Gómez, ABC, «Los expertos proponen que la vivienda habitual en propiedad pague IRPF», 14-03-14, 34).

En lo que respecta a sociedad, este resultado que, en principio, podría parecer llamativo, se debe a que esta sección no solo acoge temáticas de cariz social, como la religión, la educación o los sucesos, sino que además engloba informaciones sobre ciencia, medicina, tecnología, justicia, educación, e incluso sobre economía doméstica, con cuestiones que afectan al ciudadano común. Especialmente, la ciencia y la tecnología son esferas donde la divulgación es condición *sine qua non*. Todas estas temáticas implican un nivel de documentación alto con la consulta a fuentes expertas, pues se trata de contenidos técnicos, por lo que se entiende que el periodista busque la mejor manera de comunicarlos, a partir de ejemplos y de reformulaciones que acerquen la temática a la realidad del lector:

- (8) Eso sí, la tecnología no siempre es mala porque la industria del «gadget» ya ha creado algunos «inventillos» que calculan la calidad de nuestros sueños. La «app» Sleep bot, **por ejemplo**, utiliza el micrófono del móvil para monitorizar los sonidos y los movimientos de su sueño. (Belén V. Conquero, «Las tabletas y los móviles nos quitan el sueño», *La Razón*, 12-03-2014, 39).
- (9) Si se demuestra que la telecomunicación global podrá ser gratuita, la mejor opción será aliarse con fabricantes de móviles para ofrecer nuevos productos que seduzcan al cliente (**es decir**, centrarse en el hardware de las telecomunicaciones)[...]. (Juan Scaliter, «Internet volará gratis con los drones de Facebook», *La Razón*, 05-03-14, 45).
- (10) Sin embargo, con la norma que se aprueba hoy los detectores de radar, **es decir**, los dispositivos capaces de detectar una señal de radar y alertar al conductor, estarán prohibidos. La sanción prevista es de 200 euros y la detracción de tres puntos. Sí están permitidos los avisadores de radar. **Esto es**, aquellos dispositivos que tienen memorizada la lista de radares en las carreteras que proporciona la Dirección General de Tráfico. (Rocío Ruiz, «Los menores, en el asiento trasero del coche», *La Razón*, 20-03-14, 42).
- (11) En las urbanas, los requisitos y usos permitidos son mucho más flexibles. **Por ejemplo**, las dimensiones máximas permitidas para negocios en los que se venda comida y

bebida serán de 200 metros cuadrados. (Juana Viúdez, «Más chiringuitos, menos playa», *El País*, 02-03-14, 39).

- (12) Las subvenciones públicas con las que cuenta, insisten, “son insuficientes”. En 2013 la Comunidad de Madrid, **por ejemplo**, les dio 140.000 euros. (M. R. Sahuquillo. “Faltan ayudas a la maternidad”. *El País*, 03-03-14, 38).
- (13) Solo el escrito del PSOE, elaborado por un grupo de juristas encabezados por el catedrático de Derecho Constitucional Gregorio Cámara, ocupa más de 70 páginas; y Cataluña, **por ejemplo**, presentará dos recursos diferentes, uno de la Generalitat y otro del Parlamento. (Elsa García, «La ‘ley Wert’ provoca una catarata de recursos al Constitucional», *El País*, 03-03-14, 39).
- (14) Por no hablar, apunta, del aborto farmacológico. Una fórmula utilizada, **por ejemplo**, en muchos países de Latinoamérica donde las leyes impiden el aborto, lo dificultan o es demasiado costoso. (M. R. Sahuquillo, «Tantas razones como mujeres», *El País*, 12-03-16, 35).

No resulta extraño que la sección de deportes sea la que menos ejemplos recoja de exposición y ejemplificación, con unas FN que van de los 13 casos recogidos en *El Periódico* a los 32 de *La Razón*. La función de las noticias deportivas es la de entretener con informaciones en ocasiones forzadas sobre los sucesos, por lo que rehúyen las explicaciones elaboradas. De hecho, si nos fijamos en los datos por separado, registra más casos de ejemplos que de explicaciones.

Llaman la atención los resultados de *El Periódico*. En este medio es la información de política la que registra un mayor número de ocurrencias de la exposición y de la ejemplificación (38 casos por cada 100.000 palabras). La sección de economía, que ofrecía datos significativos en el resto de cabeceras, obtiene aquí resultados moderados (36 ocurrencias frente a las 51 de *El País*, las 70 de *ABC* o las 94 de *El Mundo*) y ocupa una segunda posición, dos puntos por encima de la sección de sociedad. En un periódico catalanista y no nacionalista (el periódico tiene dos versiones, una en español y otra en catalán), la información política –local, nacional e internacional– tiene un gran peso. En este sentido, la complejidad de la política actual en un medio de origen catalán hace que se insista en la vertiente explicativa y divulgativa de la vida pública, más aún cuando *El Periódico* es un medio cercano a la ideología del Partido Socialista Catalán, que intenta ser una alternativa a los partidos independentistas, por lo que su argumentario exige mucha pedagogía política. En este contexto, el uso de marcadores reformuladores en la cabecera va más allá de la mera explicación: poseen un valor modalizador, es decir, el escritor tiene una intención que se manifiesta mediante el conector:

- (15) Gabriel Elorriaga, que fue director de campaña del PP en el 2008, lo admite abiertamente: «Antes nadie declaraba la abstención porque votar se consideraba un

deber cívico, había un reproche social que ahora ha desaparecido –explica Elorriaga–. Sin embargo, ahora las encuestas muestran una abstención declarada muy alta y eso es una señal, porque es una decisión argumentada, es contestataria». **Es decir**, la abstención se ha convertido en una opción política. (Iolanda Mármol, «Abstenerse es ‘cool’», *El Periódico*, 03-03-14, 18).

- (16) Fuentes del Gobierno de CiU aseguran que mantienen la mano tendida para intentar buscar una salida al enconado conflicto. Pero insisten en que cualquier solución deberá pasar por el escrutinio de las urnas. **O sea**, consulta sí o sí, sea en forma de referendo legal (cada vez más improbable) o unas elecciones. (Gemma Robles y Neus Tomás, «El Gobierno razona su rechazo al referendo ‘especulativo’ de Mas, *El Periódico*, 09-03-14).
- (17) Como era previsible que se le demandara opinión sobre el tema, llevaba una respuesta preparada: el Ejecutivo central espera la disolución definitiva; no cree necesaria la intervención de verificadores porque ya tiene a sus propios cuerpos de seguridad para realizar esa tarea y no baja la guardia frente a la banda. **Esto es**, no se mueve de su posición. (Gemma Robles, « Rajoy permanece inmóvil frente a un gesto ‘nimio’», *El Periódico*, 22-02-14, 3).

**Tabla 12.** Exposición y ejemplificación. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Exposición</b>					
FA	148	129	142	96	94
FN	16	20	24	15	16
Sección +	Economía: 40	Economía: 58	Economía: 35	Economía: 36	Política: 22
	Política: 17	Política: 17	Sociedad: 34	Política: 16	Sociedad: 15
	Sociedad: 15	Sociedad: 16	Política: 21	Sociedad: 15	Economía: 12
	Deportes: 8	Cultura: 14	Deportes: 19	Deportes: 10	Deportes: 9
Sección -	Cultura: 7	Deportes: 9	Cultura: 16	Cultura: 3	Cultura: 7
<b>Ejemplificación</b>					
FA	177	125	101	79	86
FN	20	19	17	12	14
Sección +	Sociedad: 40	Economía: 32	Sociedad: 24	Economía: 34	Economía: 20
	Cultura: 21	Cultura: 26	Cultura: 18	Sociedad: 12	Sociedad: 19
	Política: 13	Sociedad: 25	Economía: 16	Deportes: 12	Política: 15
	Deportes: 12	Deportes: 16	Política: 15	Cultura: 10	Cultura: 13
Sección -	Economía: 11	Política: 15	Deportes: 12	Política: 9	Deportes: 4
<b>TOTAL</b>					
FA	325	254	243	175	180
FN	36	39	41	27	30
Sección +	Sociedad: 55	Economía: 90	Sociedad: 58	Economía: 70	Política: 38
	Economía: 51	Sociedad: 41	Economía: 51	Sociedad: 27	Economía: 36
	Política: 30	Cultura: 40	Política: 37	Política: 25	Sociedad: 34
	Cultura: 29	Política: 32	Cultura: 34	Deportes: 22	Cultura: 20
Sección -	Deportes: 21	Deportes: 25	Deportes: 32	Cultura: 13	Deportes: 13

En los medios especializados (Tabla 13), la tendencia observada en las materias de economía y deportes de los medios generalistas también se produce en este modelo de prensa. De los medios económicos, es *Expansión* el que obtiene más número de



ocurrencias, tanto de la exposición como de la ejemplificación, con una FN de 60 casos. Esta cifra contrasta con la del otro medio económico, *Cinco Días*, en cuyas noticias hemos encontrado 140 conectores de estos dos tipos, lo que supone una frecuencia sobre 100.000 palabras de 44 conectores. A este respecto, *Expansión* muestra un mayor registro de estrategias divulgativas, lo que evidencia un mayor interés hacia una parte de público al que el medio de la competencia, *Cinco Días*, no atiende. De hecho, estas cifras concuerdan con las líneas ideológicas de estas dos cabeceras económicas (vid. supra Capítulo 3): *Cinco Días* es un periódico para un público exigente, conocedor del sector empresarial, de la banca y de las inversiones, que sabe de la materia, y al cual no es necesario dirigirse con pretensión didáctica. En cambio, *Expansión* está enfocado a un sector que puede, puntualmente, interesarse por cuestiones económicas y que no tiene por qué ser un experto en ellas, de ahí que se requieran más aclaraciones y ejemplos. Aun así, se trata de cifras elevadas en ambos casos, y más si las comparamos con las de la prensa deportiva: la prensa económica registra el triple de conectores que la prensa especializada en deportes. De entre la prensa deportiva, destaca *Marca*, que obtiene el menor número de ocurrencias, con una FN de 15 casos por 100.000. Así pues, la diferencia entre el periódico que más usos registra y el que menos es contundente: *Expansión* cuadruplica el número de ocurrencias respecto a *Marca*.

No hay duda de que el tipo de contenido y el público al cual va dirigido son factores clave para entender estos resultados. El receptor de información económica, además de contenido novedoso, busca prioritariamente contenido útil en su rutina profesional. Esa finalidad práctica exige una lectura comprensiva potente para entender, interpretar e incluso analizar de manera crítica los asuntos económicos. Se trata, pues, de una materia cuya complejidad requiere de explicaciones; el lector del periódico deportivo, en cambio, busca información distendida, una lectura de pasatiempo que implica una actitud lectora pasiva, en la que no se produce ningún tipo de aprendizaje.

Tabla 13. Exposición y ejemplificación. Periódicos especializados

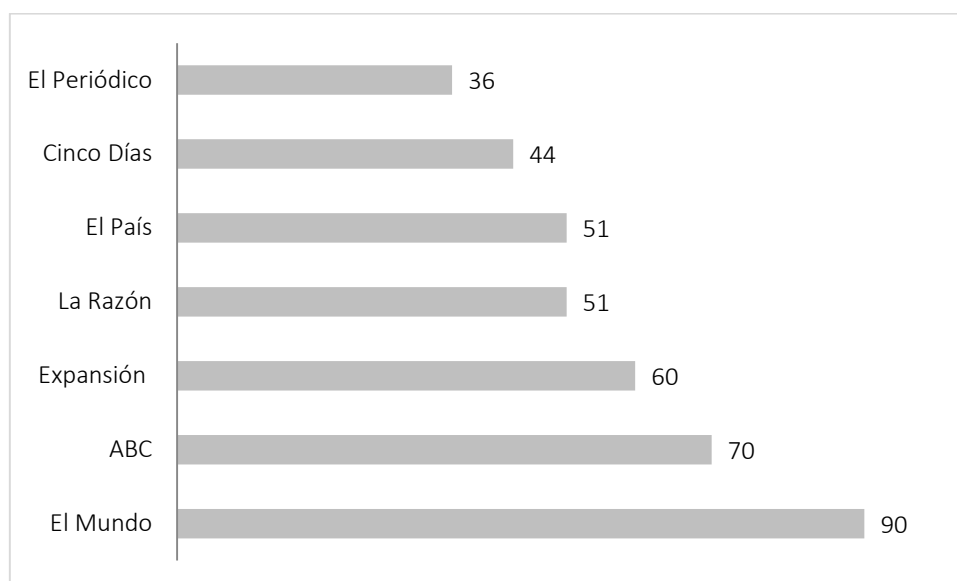
Tipo de medio	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco días
<i>Nº de palabras</i>	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
<b>Exposición</b>					
FA	36	69	41	132	79
FN	12	8	10	31	25
<b>Ejemplificación</b>					
FA	34	59	26	121	61

FN	11	7	6	29	19
<b>TOTAL</b>					
FA	70	128	67	253	140
FN	23	15	16	60	44

Con estos datos, podemos afirmar que el nivel de didacticidad tiene que ver tanto con el modelo de periódico (especializado vs. generalista), como con el asunto de la noticia. Si nos centramos en la materia económica, que sale claramente favorecida en nuestro análisis, podemos ver a qué nivel se sitúan los medios especializados en comparación con los medios generalistas. Por encima de *Cinco Días*, son cuatro los periódicos generalistas que obtienen frecuencias más altas: *El País* (51), *La Razón* (51), *ABC* (70) y *El Mundo* (90), mientras que por encima de *Expansión* solo hay dos cabeceras de información general que superan a este medio en número de conectores explicativos: *ABC* y *El Mundo* (Figura 5). De esto se deduce que, en general, son más divulgativas las secciones de economía de los periódicos de información generalista: hay un mayor interés en explicar y aclarar las cuestiones porque el público es más heterogéneo y no necesariamente entendido en la materia. Este interés de los periódicos por acercar esta información a los ciudadanos tiene su origen, como señala Vellón (2014a), en hechos históricos y sociales: la irrupción del capitalismo popular en la década de los 90, la crisis económica y la aparición de los portales financieros en Internet:

Si bien una parte de las noticias y comentarios económicos mantienen una dimensión especializada, dirigida a un sector concreto de la población, en todos los medios se han impuesto estrategias comunicativas similares a las de otras secciones, síntoma de que sus lectores potenciales son cada vez más heterogéneos y con intereses muy diversos (Vellón, 2014a: 101).

Figura 5. Exposición + ejemplificación en la temática económica. Datos en FN.



Ahora bien, si vemos los datos globales por modelos de medio, los medios de información económica destacan en el uso de la exposición y de la ejemplificación. Los marcadores expositivos (*en otras palabras, es decir, o sea, esto es, lo que es lo mismo*) aparecen 29 veces por cada 100.000 palabras, una cifra significativa comparada con la de la prensa especializada en deportes: solo se recogen 9 usos en 100.000 palabras de texto. En una posición intermedia se encuentra la prensa de información general, con una FN de 18 casos. Similares son las cifras de los conectores de ejemplificación. *Por ejemplo y a saber* son más habituales en la prensa económica (25/100.000), mientras que apenas se usan en la prensa deportiva (7/100.000). Los números totales de estos dos elementos de la elaboración paratáctica ponen de manifiesto la predilección de estas estrategias en los contenidos económicos, pues aparecen tres veces más que en los contenidos deportivos:

Tabla 14. Exposición y ejemplificación. Comparativa tipos de medios en FA y FN (ocurrencias/100.000 palabras)

Tipo de medio	Generalista	Deportivo	Económico
<i>Nº de palabras</i>	3.403.138	1.596.926	735.237
<b>Exposición</b>			
FA	609	146	211
FN	18	9	29
<b>Ejemplificación</b>			
FA	568	119	182
FN	17	7	25
<b>TOTAL</b>			
FA	1.177	265	393
FN	35	17	53

4.2.1.2. Estrategias de clarificación en la noticia

Si la principal función de los conectores expositivos y ejemplificadores es la de hacer más comprensible el mensaje, explicarlo o ilustrarlo, los marcadores propios de la clarificación tienen una función de refuerzo del mensaje con diversas connotaciones: corrección, digresión, evasión, particularización, resumen, suma y verificación. El uso de estos marcadores es superior a la categoría anteriormente analizada, debido a la propia naturaleza del discurso periodístico. Las diferencias observadas en el análisis de la clarificación tienen que ver tanto con la diferencia de cifras (se registran, en el cómputo general, datos que difieren de los resultados anteriores), como también con la connotación o valor del conector según la temática de la noticia. Respecto a los valores, destaca de manera muy significativa, en los tres modelos de periódicos, la verificación, como se puede observar en la Tabla 15. Estos datos corroboran que en nuestro corpus la tipología textual – expositiva y narrativa, principalmente, aunque con secuencias textuales de diversos tipos– y el género –la noticia periodística– determinan de antemano unas características lingüísticas que se presuponen en el texto periodístico, y que son intrínsecas a las funciones de la noticia informativa.

Los denominados conectores de verificación –*en realidad, de hecho, en efecto, pues bien*– (ejemplos 18 a 21) son los más usados de entre los conectores clarificadores, en cifras que oscilan entre los 25 y 26 conectores por cada 100.000 palabras en los tres modelos. Que no haya diferencias en este aspecto se debe a que la noticia, sea del ámbito que sea –generalista o especializado–, pretende transmitir objetividad, credibilidad y validez. Así, servirse de estos marcadores es una estrategia para la transmisión de la información. Es decir, se proporcionan datos o comentarios que añaden «un mayor grado de validez o de fuerza argumentativa al contenido transmitido, sobre el que ahora se insiste» (Briz, Pons y Portolés; 2008: en línea):

(18) España ya ha detectado y sabe que varios de las personas residentes en la Península que se han ido a Siria han participado en atentados terroristas suicidas. **De hecho**, hay constancia de que seis de estos españoles han muerto en el conflicto, tres de ellos en acciones suicidas. (Fernando Lázaro, «Cien ‘yihadistas’ residentes en España se han trasladado a Siria», *El Mundo*, 11-03-14, 1).

(19) Por otra parte, la Comisión señaló a Francia e Italia como los dos países que suponen un mayor riesgo para la Eurozona «teniendo en cuenta sus dimensiones». **En efecto**, tanto Francia, el principal cliente de España, como Italia se ven amenazados por una pérdida constante de competitividad y, sobre todo Italia, por un nivel excesivo de deuda

pública. (Marinel Núñez y Enrique Serbeto, «La CE saca a España y mete a Italia en la lista negra de desequilibrios», *ABC*, 06-03-14, 40).

- (20) Nico Pareja seguirá siendo sevillista hasta junio de 2017. Así lo acordaron el Sevilla y el Spartak de Moscú a principios de julio del pasado año cuando cerraron la cesión del futbolista argentino. **En realidad** se trataba de un traspaso encubierto porque a los clubes le convenía en ese momento por temas de fiscalidad. (Fede Quintero y Ramón Navarro, «Pareja seguirá hasta 2017», *Marca*, 25-02-14, 33).
- (21) Alaya abrió esta vía que señala al Parlamento esta semana tras un escrito del abogado Juan Carlos Alférez que buscaba demostrar el posible conocimiento de las instituciones andaluzas del mecanismo de pago de los ERE a través de las transferencias de financiación. **Pues bien**, los recursos de las defensas se multiplican y ahora el letrado José María Mohedano exige que la causa se eleve al Tribunal Supremo [...]. (Javier Martín-Arroyo, «Anticorrupción intenta frenar que Alaya investigue al Parlamento», *El País*, 07-03-14, 19).

Tabla 15. Clarificación. Comparativa tipos de medios y valores

Tipo de medio	Generalista		Deportivo		Económico	
<i>Nº de palabras</i>	3.403.138		1.596.926		735.237	
<b>Valores de la clarificación</b>	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>Corrección</i>	85	2	26	2	6	1
<i>Digresión</i>	58	2	61	4	2	0
<i>Evasión</i>	12	0,4	72	5	7	1
<i>Resumen</i>	13	0,4	3	0	2	0
<i>Suma</i>	118	3	67	4	18	2
<i>Verificación</i>	873	26	415	26	182	25
<i>Particularización</i>	293	9	90	6	97	13
<b>Total</b>	1.452	43	734	<b>46</b>	314	43

En segundo lugar, destacan los marcadores de particularización (*en concreto, concretamente*), especialmente en los periódicos económicos, cuya cifra (13) es superior al de los generalistas (9) y al de los deportivos (6). De modo similar a lo que ocurre con la verificación, el uso de estos marcadores también se relaciona con el carácter verosímil de la noticia y la necesidad de introducir un dato cuantitativo que garantiza la certeza de la información, lo que contribuye a la retórica de la objetividad. Más aún, mediante su uso, el emisor pretende ser directo y preciso, algo que, además de favorecer a la certeza de la noticia, también aporta dinamismo al discurso. En los ejemplos encontrados (22 a 24), se observa que la información económica especializada requiere constantemente de la transmisión de cifras, algo que justifica el uso de estos marcadores de concreción (la forma mayoritaria es *en concreto*), para introducir de manera exacta esos datos numéricos:

- (22) La retribución será ya en efectivo el próximo abril, **en concreto**, 0,17 céntimos por título, para completar un dividendo de 0,37 euros con cargo a los resultados de 2013. (Javier Vadillo, «BBVA pagará la totalidad del dividendo en efectivo», *Cinco Días*, 15-03-14, 23).

- (23) La venta de viviendas sigue cayendo en España. **En concreto**, en 2013 se transaccionaron 300.349 inmuebles residenciales, un 17,4% menos que en 2012, según los datos del Ministerio de Fomento, basados en las escrituras notariales. (Juanma Lamet, «La venta de viviendas vuelve a repuntar en Madrid y Barcelona», *Expansión*, 12-03-14, 24).
- (24) El presidente del consejo regulador destacó que el cava ha aguantado mejor el tipo que el champán, el vino espumoso más internacional. **Concretamente**, en 2013 las ventas de champán cayeron un 1,5%, con un descenso de cerca del 2% en el mercado exterior y del 2,3% en Francia. (Sergi Saborit, «El cava se comporta mejor que el champán en 2013», *Expansión*, 19-03-14, 50).

Otro valor que adquiere un peso similar en los tres modelos de prensa es el de suma (*en suma, en definitiva, en fin, a fin de cuentas, al fin y al cabo*), donde las cifras van de 2 a 4 conectores. Por el tipo de texto estudiado, no es una cifra significativa, porque no son conectores habituales en el género periodístico:

- (25) Habló de todo ello, lo leyó y acabó, obediente con el ciclo, cerrando el círculo como el gran autor que es: asegurando que «el tiempo pasa más de prisa para las ciudades que para algunos libros», señalando que «en Moscú quedan pocas casas de las que Tolstoi describió» y preguntándose con razón «cómo saber quién edifica lo duradero». Eso son cimientos y lo demás, **en fin**, es especular. (Ricard Ruiz Garzón, «La ciudad de Chirbes», *El Periódico*, 05-03-14, 61).
- (26) La escudería ha ido cambiando. Pero no la esencia de la formación. «Siempre hemos buscado disfrutar nosotros y el público. Mezclar música, teatro y humor». **En definitiva**, lo que ellos mismos denominan «el puntito verde» que les caracteriza (y el color que visten) y que supone lo siguiente: «Tener ganas de reírse de uno mismo, mantener la pasión por el espectáculo y la capacidad de trabajo, ¡porque curramos un montón! (Ferran Sendra, «Ol'Green actuará el sábado en Barts y sus integrantes explican que están «prácticamente de gira» con su desenfadada propuesta», *El Periódico*, 18-03-14, 55).

Lo mismo ocurre con los valores de resumen, digresión y evasión, más propios de otros tipos de texto y de otros géneros, cuyos resultados son aquí anecdóticos. Pensamos, no obstante, que de su análisis también se desprenden diferencias y similitudes en los diferentes modelos comunicativos de los medios impresos que conforman el corpus. En este sentido, llaman la atención dos valores que destacan únicamente en el modelo de prensa deportiva: la digresión (con 4/100.000) y la evasión (con un 5/100.000). Tanto el primer caso *–por cierto–*, como el segundo *–de todas formas–*, son marcadores que, aunque el *Diccionario de partículas discursivas del español* (Briz, Pons y Portolés, 2008) no los discrimine por estar especialmente marcados por su mayor o menor frecuencia en el uso formal o informal de la lengua, de su lectura se desprende la espontaneidad y la naturalidad propia de la comunicación oral, unos rasgos que van unidos al tipo de lenguaje de la prensa deportiva, caracterizado, por un lado, por la transmisión de información de

manera coloquial y, por otro, por un mayor grado de modalización del discurso. Este modelo de periódico se acerca más al polo oral y, por tanto, al ámbito más informal de la lengua.

Es necesario recalcar aquí los conceptos de *distancia e inmediatez comunicativa* (Koch y Oesterreicher, 1985). Estos tienen que ver con el tipo de relación que se pretende establecer con el público lector en un discurso oral o escrito. En el periodístico, el redactor del artículo de opinión –personal, subjetivo, comprometido– utiliza estrategias modalizadoras para acercarse al lector, mientras que el de la noticia marca distancias y pretende transmitir objetividad y rigor mediante un lenguaje más impersonal. Sin embargo, vemos que esta premisa no se cumple en las noticias deportivas, por lo que defendemos que, como el columnista en los artículos de opinión, el redactor de información deportiva

consigue recrear una oralidad fingida, infundiendo a su discurso una apariencia de espontaneidad similar a la que caracteriza a la conversación prototípica, en la que las ideas se exponen conforme acuden a la mente del hablante para, a medida que avanza el discurso, ir adecuando lo dicho a su verdadera intención comunicativa. (Mancera Rueda, 2008: 372).

De esta forma, los ejemplos registrados en la prensa especializada deportiva evocan la naturalidad, la inmediatez y la familiaridad del discurso oral:

- (27) Y sí, el partido de Getafe: un monumento a la igualdad en lo mediocre. Un 0-0 como una casa desde el pitido inicial de no mediar un cante de los porteros. Que sufrieron la baja de Moyá, **por cierto**. Fue un ir y venir tan cansino en el minuto 10 como en el 90. (Tomás Guasch, «En Getafe, Gamba de Osaka, 0 - FC Tokio, 0», *Marca*, 02-03-14, 30).
- (28) En el Salón faltaban marcas y la única que montó directamente un stand fue Volkswagen, que desplazó a Sebastien Ogier para la ocasión, el resto por mediación de sus importadores, pero los fabricantes de lujo estaban todos, mostrando un amplio muestrario. **Por cierto**, la entrada era gratuita. (Josep Viaplana, «Lujo y prestaciones en el Salón de Catar», *Sport*, 25-02-14, 36).
- (29) “Si el técnico decide continuar, estaremos con él al cien por cien y si decide irse porque tiene otros objetivos u ofertas, pues le desearemos toda la suerte del mundo”, insiste Álex Fernández. **De todas formas**, el centrocampista no tiene información privilegiada sobre las intenciones del mexicano. (D. Piferrer y Juan Aguado, «Ni el vestuario conoce el futuro entrenador», *Marca*, 05-03-14, 47).
- (30) Aunque las comparaciones siempre son odiosas, la verdad es que la actual situación, salvo en Liga, es mejor. **De todas formas**, faltan tres meses para que la temporada 2013-14 baje el telón y, en los partidos que restan, todavía pueden pasar muchas cosas en las tres competiciones. (David Salinas, «Del 2-0 de Milán al 0-2 de Manchester», *Sport*, 20-02-14, 3).

Si observamos ahora los datos en los periódicos de información general (Tabla 16), nos encontramos con que es, de nuevo, *La Razón*, la cabecera que destaca en cuanto al uso

de esta relación de elaboración. Por otro lado, y a diferencia de lo que ocurría con la exposición y ejemplificación, es *El Periódico* el que registra más pocas ocurrencias (32/100.000). Las temáticas de economía y sociedad son las más productivas en cuanto a conectores clarificadores se refiere, mientras que deportes y política son las que menos casos recogen. Estos datos que ofrecen las secciones de los periódicos de información general contrastan con los datos de los periódicos especializados, donde ocurre lo contrario (Tabla 15): la prensa deportiva muestra una mayor frecuencia de uso (734 casos), lo que supone la aparición de 46 conectores por cada 100.000 palabras. Por su parte, la prensa de corte generalista y la económica obtienen la misma cifra: 43 conectores.

**Tabla 16.** Clarificación. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Clarificación</b>					
<i>FA</i>	304	331	312	313	192
<i>FN</i>	<b>34</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>48</b>	<b>32</b>
<i>Sección +</i>	Economía: 45	Economía: 74	Economía: 79	Economía: 82	Cultura: 39
	Sociedad: 43	Sociedad: 61	Sociedad: 77	Sociedad: 47	Sociedad: 38
	Cultura: 32	Cultura: 59	Cultura: 49	Deportes: 47	Economía: 37
	Política: 32	Deportes: 48	Política: 47	Cultura: 44	Política: 29
<i>Sección -</i>	Deportes: 18	Política: 42	Deportes: 16	Política: 44	Deportes: 25

Los datos obtenidos en el análisis de la clarificación confirman que hay diferencias significativas entre los modelos comunicativos. Por un lado, respecto al tipo de medio, se ha visto que, en el ámbito de la economía, a mayor clarificación, mayor agilidad y naturalidad en el discurso. Los medios generalistas son más propensos a utilizar fórmulas clarificadoras, lo que se traduce en un lenguaje más natural y con un menor grado de especialización, ya que el público lector es heterogéneo y no tiene por qué ser un entendido en la materia. Por otro lado, en los periódicos generalistas, la información deportiva no puede desmarcarse en exceso de la línea de las informaciones del resto de secciones, precisamente porque el tipo de lector que lee un periódico generalista no tiene por qué estar especialmente interesado en deportes. Sin embargo, en un periódico deportivo, el lector sí tiene un gran interés en la temática, lo que explica que se utilicen fórmulas para hacer más natural y próximo el discurso. De este modo, estos resultados aportan información sobre el nivel de formalidad de los distintos modelos comunicativos: los periódicos económicos muestran una mayor distancia con el lector, con un lenguaje



menos ágil que los periódicos de información generalista; sin embargo, cada vez tienen un mayor interés en explicar las cuestiones y, por ello, recurren a las estrategias divulgativas, pues como hemos comprobado en el análisis de la ejemplificación y la explicación, los periódicos especializados en economía superan el número de ocurrencias respecto a las secciones de economía de todos los periódicos generalistas.

**Tabla 17.** Clarificación. Periódicos especializados + secciones generalistas

Tipo de medio	As	Marca	Sport	Deportes	Expansión	Cinco días	Economía
<i>Nº de palabras</i>	309.627	871.489	415.810	517.527	420.464	314.773	369.057
<b>Clarificación</b>							
<i>FA</i>	101	454	179	157	166	148	223
<i>FN</i>	33	52	43	30	39	47	60

#### 4.2.1.3. Conclusiones parciales

Tras este análisis, podemos vislumbrar un patrón en cada una de las variables de la elaboración paratáctica (Tabla 18). En primer lugar, las cabeceras de información general de *La Razón* y *El Mundo* son más proclives a elaborar la información mediante los conectores expositivos, ejemplificadores y clarificadores. Las menos propensas a utilizar este recurso lingüístico son *ABC*, *El Periódico* y *El País*, aunque la pauta es distinta en cada tipo de elaboración. En la exposición, los tres periódicos están en el mismo nivel de uso, con una FN entre 15 y 16 casos; en la ejemplificación, *El Periódico* y *ABC* se desmarcan del resto de cabeceras, con cifras bastante inferiores (14 y 12, respectivamente); por último, en la clarificación el orden es *ABC*, *El País* y *El Periódico*.

Una pauta similar se puede observar en cuanto al uso de la elaboración en las distintas secciones. Destacan las secciones de economía y sociedad en la ejemplificación y la clarificación, mientras que los usos más restringidos se encuentran en las secciones de cultura, política y deportes, en este orden. En la exposición, sin embargo, la sección de política supera a la de sociedad.

En lo que respecta a la prensa especializada, se repite el mismo esquema tanto en los periódicos deportivos como en los económicos: los periódicos que resultan más explicativos y obtienen los mejores resultados en la exposición y en la ejemplificación obtienen, en cambio, los resultados más bajos en el factor de la clarificación. Este hecho

confirma, como ya hemos explicado, que se trata de procesos lingüísticos distintos y con diferentes objetivos, aunque ambos formen parte de la elaboración textual, en términos de Halliday.

Así pues, en el estudio del primer factor, la exposición, los datos obtenidos revelan que:

- a) En los periódicos generalistas, hay un predominio de conectores expositivos en la sección de economía del 80% de periódicos de la muestra.
- b) El periódico que se sitúa como mayor usuario de la exposición es *La Razón*, con una FN de 24 conectores por cada 100.000 palabras de texto.
- c) El periódico que se sitúa por debajo en la clasificación es *ABC*, con la FN de 15 conectores.
- d) La tendencia general demuestra un uso limitado de este tipo de conectores en la prensa escrita generalista, con una media de 18 conectores por cada 100.000 palabras.
- e) En los periódicos especializados, los deportivos son los que menos conectores de este tipo utilizan, con una cifra absoluta de 146 registros, lo que supone 9 conectores expositivos por cada 100.000 palabras.
- f) En clara consonancia con la información económica de la prensa generalista, la prensa especializada económica es la que hace un mayor uso de los conectores expositivos, con una FN de 29 conectores. Esto implica que se registra un conector cada 3.500 palabras, aproximadamente.

En cuanto a la ejemplificación, el estudio demuestra que:

- a) En la prensa generalista, la sección de economía es la que más conectores ejemplificadores registra en el 60 % de periódicos estudiados. En el 40% de periódicos restantes sale favorecida la sección de sociedad.
- b) El periódico que destaca en la clasificación es *El País*, con una FN de 20 casos.
- c) En el último lugar se sitúa *ABC*, con una FN de 12 registros por 100.000 palabras, lo que significa que aparece un conector por cada 8.300 palabras.
- d) En los periódicos generalistas, el uso de la ejemplificación obtiene una FN media de 17, es decir, un conector por cada 5.800 palabras.
- e) En los periódicos especializados, la prensa deportiva vuelve a estar en la cola, con la aparición de 7 conectores.

f) En sentido contrario, la prensa económica muestra una mayor densidad de ejemplificadores (FN de 25).

Finalmente, en el tercer apartado, la clarificación, los datos manifiestan que:

- a) En la información de corte generalista, el 80% de periódicos analizados muestra una predilección en el uso de clarificadores en la sección de economía.
- b) El periódico que vuelve a destacar en el uso de este tipo de conectores es *La Razón* (52/100.000), esto es, un conector por cada 1.900 palabras.
- c) En el lado opuesto, se encuentra *El Periódico*, con una FN de 32 apariciones por cada 100.000 palabras: un conector por cada 3.100 palabras.
- d) En la prensa especializada, la deportiva es la que muestra en este tipo de conectores una mayor frecuencia de uso (46/100.000), lo que significa la aparición de un conector por cada 2.100 palabras.
- e) La prensa generalista y la económica obtienen el mismo resultado: una FN de 43 registros, lo que supone la aparición de un conector por cada 2.300 palabras, aproximadamente.

**Tabla 18.** Cuadro-resumen resultados de la elaboración paratáctica

Tipo de medio	Exposición	Ejemplificación	Clarificación
<b>Generalistas</b>			
Periódico +	<i>La Razón</i>	<i>El País</i>	<i>La Razón</i>
	<i>El Mundo</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Mundo</i>
	<i>El País</i>	<i>La Razón</i>	<i>ABC</i>
	<i>El Periódico</i>	<i>El Periódico</i>	<i>El País</i>
Periódico -	<i>ABC</i>	<i>ABC</i>	<i>El Periódico</i>
<b>Sección</b>			
Sección +	Economía	Economía	Economía
	Política	Sociedad	Sociedad
	Sociedad	Cultura	Cultura
	Deportes	Política	Política
Sección -	Cultura	Deportes	Deportes
<b>Deportivos</b>			
Periódico +	<i>As</i>	<i>As</i>	<i>Marca</i>
	<i>Sport</i>	<i>Marca</i>	<i>Sport</i>
Periódico -	<i>Marca</i>	<i>Sport</i>	<i>As</i>
<b>Económicos</b>			
Periódico +	<i>Expansión</i>	<i>Expansión</i>	<i>Cinco días</i>
Periódico -	<i>Cinco días</i>	<i>Cinco días</i>	<i>Expansión</i>

Llegados a este punto, podemos preguntarnos si hay alguna vinculación en los resultados obtenidos entre los periódicos que forman parte del mismo grupo editorial: los pertenecientes a Unidad Editorial (*El Mundo*, *Marca* y *Expansión*); los del Grupo Prisa (*El País*, *As*, *Cinco días*); los del Grupo Zeta (*El Periódico* y *Sport*), *La Razón* (Planeta) y *ABC* (Vocento). Para analizar esta cuestión, nos hemos fijado en las frecuencias normalizadas de los dos procesos de la elaboración paratáctica, como está expuesto en las tablas que siguen (Tablas 19 y 20):

**Tabla 19.** Resultados de la exposición-ejemplificación por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	39				
<i>El País</i>		36			
<i>El Periódico</i>			30		
<i>La Razón</i>					41
<i>ABC</i>				27	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	15				
<i>As</i>		23			
<i>Sport</i>			16		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	60				
<i>Cinco días</i>		44			

**Tabla 20.** Resultados de la clarificación por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	50				
<i>El País</i>		34			
<i>El Periódico</i>			32		
<i>La Razón</i>					52
<i>ABC</i>				48	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	52				
<i>As</i>		33			
<i>Sport</i>			43		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	47				
<i>Cinco días</i>		39			

La comparativa más completa la podemos realizar con Unidad Editorial y el Grupo Prisa, pues tienen cabeceras de representación en los tres modelos de prensa. Tanto en las estrategias divulgativas como en las de refuerzo argumentativo, Unidad Editorial obtiene las frecuencias normalizadas más altas en dos de los tres modelos de prensa. Así, vemos que *El Mundo* y *Expansión* destacan sobre *El País* y *Cinco Días*, respectivamente, en la elaboración paratáctica en su conjunto, mientras que *Marca* destaca sobre su competencia solo en una parte de esta relación lógico-semántica: en la clarificación. Si añadimos a este análisis los datos del grupo de Prensa Ibérica, *El Periódico* y *Sport*, nos encontramos con dos resultados: *El Periódico* obtiene los resultados más bajos en elaboración paratáctica, mientras que *Sport* está en una posición intermedia entre las dos cabeceras de la competencia. Por último, Vocento y el Grupo Planeta, que solo tienen representación en el modelo generalista, destacan en el uso de conectores de exposición y ejemplificación por recoger el número menor y el número mayor de casos, respectivamente. En cuanto a la clarificación, ambos destacan por unos resultados elevados, lo que muestra que, junto a Unidad Editorial, se sitúan en el grupo de los medios que hacen un mayor uso de los operadores de refuerzo argumentativo. No obstante, por el momento, no podemos extraer conclusiones definitivas con respecto al estilo periodístico desde el punto de vista del modelo comunicativo del grupo editorial. Será necesario analizar otros factores para comprobar si realmente las entidades empresariales y sus líneas editoriales influyen en el modelo comunicativo de sus respectivas cabeceras.

## 4.2.2. La elaboración hipotáctica

### 4.2.2.1. Oraciones de relativo explicativas

Como ya hemos subrayado, dentro de la elaboración, Halliday distingue la elaboración paratáctica de la hipotáctica. En su definición de la elaboración hipotáctica, Halliday y Matthiessen (2014: 462) especifican que se trata de una estrategia para introducir el discurso informativo de fondo (*discourse background information*): una caracterización, una interpretación de algún aspecto de la cláusula dominante o una forma de evaluación. El mecanismo sintáctico de la elaboración hipotáctica es la oración subordinada de relativo explicativa<sup>108</sup>:

Hypotactic elaboration has evolved a special clausal construction –that of the non-defining relative clause, with an obligatory anaphoric reference item, the relative, in finite clauses (...). The combination of elaboration with hypotaxis gives the category of non-defining relative clause (also called ‘non-restrictive’, ‘descriptive’) (Halliday y Matthiessen, 2014: 462-464).

La oración de relativo explicativa, también llamada apositiva o incidental por asimilarse a las aposiciones (NGLE, 2009: § 44.4a) y por su naturaleza parentética, como recalca la NGLE (2009: § 44.4f), forma un grupo fónico propio que se refleja en la escritura por medio de signos de puntuación que separan la subordinada de su antecedente, y que representan la pausa fónica. Entre esos signos de puntuación están, principalmente, la coma, aunque, de manera esporádica también aparecen el paréntesis y la raya, para marcar gráficamente la naturaleza incidental de la información. Esta particularidad prosódica es la norma general, aunque también hay excepciones que van en varias direcciones:

a) No siempre se hace pausa ante la relativa explicativa, aunque existen razones semánticas que justifican esa opción en tales casos (NGLE, 2009: § 44.6a). Por ejemplo:

(31) Por su parte, «School Spirits» emite un nuevo episodio en el que el canal se acerca hasta colegios y universidades para conocer las historias sobre espíritus y cuenta con alumnos y profesores de cada centro para narrar sus experiencias (R. C., «Xplora, a la caza de sucesos paranormales emblemáticos», *La Razón*, 01-03-14, 85).

---

<sup>108</sup> Para un estado de la cuestión acerca de la tipología de las oraciones de relativo (especificativas vs. explicativas), consultar Company (2015).

- b) Las relativas especificativas no siempre sirven para restringir la denotación del grupo nominal, ya que pueden aportar cierta información valorativa, es decir, en ocasiones, las diferencias semánticas entre una misma oración con pausa o sin ella se difuminan. (NGLE, 2009: § 44.6b). En este sentido, el papel de las especificativas puede ser más determinativo que restrictivo en casos como este (NGLE, 2009: § 44.5d):

(32) Un hombre que se ha identificado como un miembro de la flota rusa del mar Negro ha declarado a Reuters: “Estamos aquí para que no se repita lo que pasó con el Maidán”. (Pilar Bonet, «La tensión militar se dispara en Crimea», *El País*, 01-03-14, 2).

- c) En algunos casos concretos, las especificativas también pueden llevar pausa. Gutiérrez (2004: 228) señala que *el que, la que, los que y las que* se usan en proposiciones especificativas entre comas:

(33) La opción de Phoenix Suns, la que más ha sonado, parece que ha perdido fuerza. (J.

I. P, «Pau: “Si me traspasan, sería duro”», *As*, 20-02-14, 33).

(34) ‘Rivo’, el que fuera el mejor jugador del mundo en 1999, ahora con 41 años, y Rivaldinho, con 18, jugaron 35 minutos con el Mogi Mirim, el equipo del cual precisamente el ex blaugrana es el presidente y mecenas. (Joaquim Piera, «Rivaldo vio cumplido su sueño», *Sport*, 20-02-14, 33).

Sobre estas, la NGLE (2009: § 44.10l) destaca que algunos autores las denominan oraciones relativas «pseudoafirmativas» y se emplean para rectificar, atenuar o matizar el contenido expresado por el antecedente. Como no añaden información nueva, admiten la interpretación restrictiva, de modo que, aunque presenten la pauta prosódica de las explicativas, la gramática académica las considera relativas libres.

- d) En otros casos, la oración de relativo puede aparecer en el interior de un grupo nominal en aposición, que reproduce el contenido de algún elemento de la oración anterior, a modo de «etiqueta discursiva» (López Samaniego, 2013) o «encapsulador anafórico» (Borreguero, 2018)<sup>109</sup>. Aunque estas oraciones aparezcan delimitadas por comas, son especificativas (NGLE, 2009: § 44.8h), donde el antecedente se interpreta con valor atributivo:

(35) Fuentes del consejo han relacionado esta propuesta con un hipotético interés de Pemex en segregar la compañía, cosa que la firma mexicana ha negado. (Miguel Jiménez, «Repsol blindará su españolidad en la junta», *El País*, 28-02-14, 27).

(36) [...] ayer se quitó la careta, pidiendo directamente permiso al Senado para el envío de «fuerzas estabilizadoras», movimiento que venía a responder a la solicitud de ayuda que

---

<sup>109</sup> Borreguero (2018: 179) los define como «sintagmas nominales con un componente anafórico que reifican y recategorizan fragmentos discursivos para convertirlos en puntos de anclaje informativos (temas) a partir de los cuales poder desarrollar el discurso».

realizó por la mañana el primer ministro de Crimea, Serguei Axionov. (Víctor Colmenarejo, «El imperialismo de Putin pone a Europa a las puertas de una guerra», *La Razón*, 02-03-14, 34).

(37) La Sexta, por su parte, estrena esta noche, a las 23.45, «Los ojos de Vera», documental que también da voz a las víctimas de la tragedia con una serie de entrevistas a supervivientes, familiares de fallecidos y testigos. (M. Moreno, « TVE y otras cadenas recuerdan a las víctimas del 11-M», *ABC*, 09-03-14, 123).

(38) También lo hará el mínimo familiar por descendientes y ascendientes (ver información adjunta), cifras que no se actualizan desde hace años. (Mercedes Serraller, «El Gobierno prepara más incentivos para mujeres trabajadoras con hijos», *Expansión*, 24-02-2014, 17).

Al margen de las excepciones, lo que sí queda claro en los estudios de los gramáticos, y así lo recoge la *NGLE*, es que hay ciertas normas para el uso de unos relativos u otros, dependiendo del tipo de oración de relativo de que se trate. Para empezar, hay que tener en cuenta que las oraciones de relativo no siempre están encabezadas por un pronombre, determinante o adverbio relativo, sino que pueden introducirse con un segmento mayor, es decir, un grupo sintáctico relativo (*NGLE*: 2009: §22.3). A su vez, los relativos pueden ser simples o complejos. Se trata en este último caso de unidades que adquieren el mismo significado de *quien* y *cuanto*. Los relativos complejos del español son (*NGLE*: 2009: § 44.1h): *el cual/la cual/lo cual/los cuales/las cuales* y *el que/la que /lo que/las que /los que*.

Así pues, los pronombres relativos *que*, *el/la cual*, *los/las cuales* y *quien* y sus variantes con artículo y con preposición pueden introducir tanto explicativas y especificativas, con matices. Con los dos primeros pronombres, solo las relativas explicativas admiten antecedentes oracionales y, si se trata de relativos complejos, van introducidos por el artículo neutro *lo*:

(39) El director general para España no descarta que Emirates introduzca el mítico Airbus 380 en Barajas en los próximos tres años, lo que implicaría elevar un 20% la capacidad en asientos ofertada por los dos aviones habilitados para el servicio Madrid-Dubái.(J. F. Magariño, «Emirates reclama cielos abiertos para enlazar España y Latinoamérica», *Cinco Días*, 18-03-14, 6).

*Que* se refiere tanto a personas como a cosas. Cuando se trata de antecedentes muy especificados (como nombres propios y demostrativos), introduce oraciones explicativas entre pausas. Las variantes con artículo y preposición pueden introducir tanto especificativas como explicativas, pero *el que*, *la que*, *los que* y *las que* únicamente introducen especificativas (incluso con pausa, como ya hemos señalado) o relativas libres,



según la interpretación que se adopte. *El/la cual* y *los/las cuales* también tienen como antecedente personas o cosas y solo pueden aparecer en explicativas. En el caso de *quien*, cuyo antecedente se refiere a personas, la variante sin preposición también introduce oraciones explicativas; sin embargo, como señala Rodríguez Muñoz (2013: 145), «la admisión de su uso en oraciones relativas especificativas o restrictivas se produce cuando una preposición se antepone a las citadas formas pronominales (*con el cual, de la cual, en los cuales, mediante las cuales, para quien, por quienes, etc.*)».

Por otro lado, el determinante *cuyo* también puede introducir explicativas, sin embargo, no existen relativas explicativas introducidas por *cuanto*, «ya que, al ser las explicativas estructuras incidentales, se rompería la correlación entre el cuantificador del antecedente y el de la subordinada.» (NGLE, 2009: § 22.6l).

En cuanto a los adverbios relativos *donde* y *cuando*, pueden introducir relativas explicativas. En el primer caso, *donde* y sus variantes con preposición pueden introducir tanto especificativas como explicativas. *Cuando* también puede introducir los dos tipos de relativas, pero si se trata de antecedentes en forma de adverbios pronominales que expresan momento o intervalo temporal, solo introducen explicativas:

(40) Ahora el PP sufre un enorme desgaste y lograría el 31,5% de los votos, 13,1 puntos menos que hace tres años, y el PSOE el 32%, 3,3 puntos más que entonces, cuando tuvo el peor resultado de su historia. Hay una ligera ventaja de los socialistas. (Fernando Garea, «PP y PSOE, pendientes de movilizar a sus votantes desencantados», *El País*, 09-03-14, 26).

En el caso de antecedentes temporales no adverbiales (fechas, por ejemplo), la NGLE da cuenta de que las construcciones con *cuando*, en concreto las que aparecen en incisos que aclaran la referencia de una expresión temporal, tienen rasgos de las relativas explicativas, pero también de las relativas libres<sup>110</sup> en aposición, puesto que existe la posibilidad de permutar los miembros de la construcción. Más allá de esta discusión, en este análisis consideramos, sin embargo, que se trata de circunstanciales temporales muy marcados que aportan información relevante al antecedente.

Con el caso del adverbio relativo *como*, también hay controversia al respecto y dos interpretaciones. Por un lado, y como se hace eco la NGLE, hay gramáticos que consideran al relativo *como* entre incisos como una oración de relativo explicativa. Sin embargo, otros

---

<sup>110</sup> La NGLE considera que las relativas libres son una subclase de las relativas especificativas.

consideran que se trata de un adjunto en aposición, cuya estructura sería como la de las relativas libres. En este sentido, la *NGLE* apoya esta segunda idea, puesto que «una relativa explicativa no puede aparecer delante de su antecedente» (2009: § 44.8m). De esta forma, la prueba de que se trata de una relativa libre es el cambio de orden en oraciones como esta:

(41) Faltaba hacer cuadrar, como contestaron desde Cultura a este periódico hace semanas, “las agendas de los altos cargos”. (Tommaso Koch, «Luz al final del túnel del Arqueológico», *El País*, 17-03-14).

Podríamos, en este caso, decir, sin que haya un cambio semántico con respecto al anterior ejemplo, lo siguiente: «Como contestaron desde Cultura a este periódico hace semanas, faltaba hacer cuadrar las agendas de los altos cargos». Como en este ejemplo, el uso del pronombre relativo *como* entre incisos es habitual para introducir palabras de otros en el discurso (el discurso reportado), algo elemental en el texto periodístico, porque aporta evidencialidad, «noción que designa el compromiso con la veracidad de la información transmitida o con la fuente de la que procede» (*NGLE*, 2009: § 22.11h). Por tanto, consideramos que analizar el uso de este adverbio relativo puede arrojar datos interesantes sobre el estilo de la noticia. Finalmente, aunque algunos gramáticos consideran *como* un adverbio relativo en la estructura «como + grupo nominal», al tratarse de una elipsis de un verbo o predicado verbal, esta pauta no la hemos incluido en nuestro análisis. (*NGLE*, 2009: § 22.10ñ).

#### 4.2.2.2. Relativos en el mensaje periodístico

Numerosos autores que estudian el estilo periodístico hacen referencia a la subordinación en el discurso informativo y, más concretamente, a las funciones de las oraciones de relativo explicativas en este ámbito de uso. Vellón (2013a: 92) destaca que la incidencia del relativo en el discurso informativo es el síntoma de una paradoja característica de este lenguaje: por un lado, contribuye a ofrecer el conjunto completo de datos de una información y, por otro lado, fomenta el estilo cohesionado frente al segmentado, que es más dinámico y el recomendado por los libros de estilo.

La ampliación de la información aportada por las oraciones explicativas también tiene que ver, según Vellón (2013a: 92), con las carencias del estilo nominal, puesto que las

formas nominalizadoras del discurso no son suficientes para la especificación informativa que requiere el texto noticioso.

En la elaboración paratáctica, la exposición y la ejemplificación contribuían a la divulgación de los contenidos y a la didacticidad, mientras que la clarificación tenía que ver con la progresión informativa y el dinamismo discursivo. Los tres elementos paratácticos influían, además, en el grado de formalidad y en la modalización del texto. En la elaboración hipotáctica, las relativas explicativas aportan información en tres vertientes. Como señala Rodríguez Muñoz (2013: 147), pueden funcionar como un inciso, aclarando algún aspecto del antecedente; pueden aportar información de carácter temático y, por tanto, accesoria, o pueden aportar una información con valor generalizador. En la caracterización de este autor entran en juego los conceptos de tema y rema, relacionados cada uno de ellos con un tipo de relativa y con un tipo de proyección, entendida esta en términos anafóricos y catafóricos:

Inspirándonos en las teorías de Firbas (1971) sobre el dinamismo comunicativo, el tema (o tópico) se asociaría al elemento menos portador de información —es decir, a las estructuras de tipo explicativo—, mientras que el rema (o comentario) se vincularía al elemento que hace avanzar el texto —las estructuras especificativas—. [...]

El proceso explicativo en las relativas resultaría naturalmente anafórico o retrospectivo, puesto que redundaría en los aspectos de significado más prescindibles de un ente o, gramaticalmente, de un antecedente. Al contrario, el proceso especificativo permitiría el avance denotativo, ya que aportaría aspectos particularizadores e indispensables sobre el elemento al que completa la estructura relativa; en tal caso, se percibiría naturalmente catafórico o prospectivo (Rodríguez Muñoz, 2013: 146-147).

Así, el uso de oraciones explicativas en el discurso informativo, por un lado, favorece el avance de la información y la articulación de la «estructura informativa textual» (Borreguero, 2017), a partir de la introducción de informaciones nuevas que complementan los datos ya dados y conocidos por el lector, acerca de un antecedente que se recupera, adquiriendo nuevamente importancia en la narración, gracias a la función anafórica del relativo:

(42) Al parecer, la presencia del inglés en la canción causó sorpresa en algunos países latinoamericanos, **que** se han dirigido a la RAE para saber si iba a manifestar su opinión sobre este hecho. (E. M., «A la RAE se le atraganta el inglés en Eurovisión», *El Mundo*, 08-03-14, 58).

Por otro lado, si bien se considera que la oración de relativo explicativa aporta una información secundaria, prescindible o generalizadora, en el discurso periodístico se rentabiliza al máximo esta estructura y supera la función de mero inciso, pues se trata de un recurso lingüístico que favorece la profundización en el tema de noticia, con la aportación de datos que son necesarios para la comprensión de los hechos. De esta forma, mediante las oraciones explicativas, el periodista añade un apunte que considera esencial para entender la contextualización, las causas o las consecuencias de la noticia; como señala Martínez García (1994: 242), «con mucha frecuencia, permiten expresar algunas significaciones circunstanciales (causa y concesión, parece que nunca condición) respecto de lo dicho por la oración principal».

Por último, el uso de unos relativos u otros, la preferencia por los relativos simples o por los complejos y su mayor o menor frecuencia de uso también determinarán el nivel de formalidad de los textos, según su temática o tipo de medio.

Así pues, los elementos relativos que servirán de base para la búsqueda en el corpus de trabajo de este capítulo son los siguientes (Tabla 21):

**Tabla 21.** Elementos de búsqueda de la elaboración hipotáctica

Elementos de búsqueda (en contexto de signos de puntuación)					
Pronombres relativos simples: <i>que</i> <i>quien</i>	Pronombres relativos simples con preposición (prep) + <i>que</i> (prep) + <i>quien</i>	Pronombres relativos complejos: <i>lo que</i> <i>el/la/lo/los/las</i> <i>cual/es</i>	Pronombres relativos complejos con preposición (prep) + <i>el/la/lo/los/las que</i> (prep) + <i>el/la/lo/los/las</i> <i>cual/es</i>	Determinante relativo <i>cuyo</i> y variantes con preposición	Adverbios relativos <i>donde</i> y variantes con preposición <i>cuando</i> <i>como</i>

Para entender los datos obtenidos en los periódicos generalistas, es necesario desglosar los resultados de cada relativo, en primer lugar, por los distintos contextos de aparición de cada uno de los relativos y, en segundo lugar, porque solo así se podrá ver si hay relación entre unos usos u otros y las temáticas de las noticias. Además, este análisis comparativo y pormenorizado puede aportar información acerca de la preferencia de los medios por este tipo de oraciones. No obstante, haremos una valoración de los datos globales registrados en cada medio. Así, en términos generales (Tablas 22 y 23), el periódico que más estructuras de este tipo utiliza es ABC, con una FN de 508 relativas por

cada 100.000 palabras de texto. *La Razón* obtiene una cifra inferior, pero en la misma línea que *ABC*: 505. También *El Periódico* supera las 500 relativas (FN de 502). Por debajo de estos números están *El País*, con una FN de 487 relativas y *El Mundo*, con una FN de 470 relativas. Aunque las cifras obtenidas por estos medios son cercanas entre sí, reflejan una diferencia sutil entre los periódicos conservadores y los progresistas: los primeros optan por un discurso más elaborado con el fin de dotar a la información de un mayor potencial explicativo que, en ocasiones, linda con estrategias argumentativas, sobre todo en las noticias más sensibles de la política.

Los resultados de los generalistas contrastan con los obtenidos en los medios especializados, lo que sugiere que el tipo de medio determina la frecuencia de uso de la estructura relativa explicativa. De esta forma, los medios especializados en economía superan los datos obtenidos por los generalistas, con las 516 ocurrencias de *Cinco Días* y las 550 de *Expansión*, el medio que más registros alcanza. Asimismo, son significativas las cifras de los tres periódicos deportivos, que recogen la menor frecuencia de uso, en este orden: 432 (*AS*), 408 (*Sport*) y 398 (*Marca*). Esta tendencia que se observa en los datos globales indica que los medios deportivos abogan por un lenguaje más segmentado, sencillo y directo, donde las oraciones subordinadas no tienen tanto peso como en los otros modelos de prensa. De hecho, cabe recordar que la mayor parte del público de este modelo de medio (vid. supra Capítulo 3) pertenece a un nivel socio-económico medio y bajo, y con expectativas más relacionadas con el mero entretenimiento y la lectura guiada por los estímulos tipográficos que con una información completa, lo que justifica que se utilice un número menor de oraciones complejas. Por contra, las cabeceras económicas destinan buena parte de sus contenidos a expertos del sector empresarial y financiero que precisan un conocimiento de todos los detalles informativos, lo que favorece que se use un lenguaje más complejo y cuidado.

Tabla 22. Relativas explicativas en periódicos generalistas

Tipo de medio	GENERALISTAS					
		El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>		904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>Relativas</i>						
<i>que + variantes</i>	FA	2.004	1.355	1.216	1.348	1.437
	FN	<b>222</b>	<b>206</b>	<b>203</b>	<b>208</b>	<b>241</b>
<i>el que+ variantes</i>	FA	966	643	743	728	579
	FN	<b>107</b>	<b>98</b>	<b>124</b>	<b>112</b>	<b>97</b>

<i>quien + variantes</i>	FA	202	169	220	266	175
	FN	<b>22</b>	<b>26</b>	<b>37</b>	<b>41</b>	<b>29</b>
<i>el cual + variantes</i>	FA	48	35	42	34	22
	FN	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>4</b>
<i>cuyo + variantes</i>	FA	161	115	101	154	104
	FN	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>24</b>	<b>17</b>
<i>donde+ variantes</i>	FA	448	319	278	318	284
	FN	<b>50</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>49</b>	<b>48</b>
<i>cuando</i>	FA	270	206	157	170	142
	FN	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>24</b>
<i>como</i>	FA	306	252	259	269	245
	FN	<b>34</b>	<b>38</b>	<b>43</b>	<b>42</b>	<b>41</b>
TOTAL	FA	4.405	3.094	3.016	3.287	2.988
	FN	<b>487</b>	<b>470</b>	<b>505</b>	<b>508</b>	<b>502</b>

Tabla 23. Relativas explicativas en periódicos especializados

Tipo de medio		ESPECIALIZADOS				
		Cinco días	Expansión	Marca	As	Sport
<i>Nº de palabras</i>		314.773	420.464	871.489	309.627	415.810
<i>Relativos</i>						
<i>que + variantes</i>	FA	732	1.118	1.740	691	735
	FN	<b>233</b>	<b>266</b>	<b>200</b>	<b>223</b>	<b>177</b>
<i>el que+ variantes</i>	FA	509	699	792	277	344
	FN	<b>162</b>	<b>166</b>	<b>91</b>	<b>89</b>	<b>83</b>
<i>quien + variantes</i>	FA	37	50	102	57	176
	FN	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>42</b>
<i>el cual + variantes</i>	FA	15	15	29	11	12
	FN	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<i>cuyo + variantes</i>	FA	59	83	52	30	38
	FN	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
<i>donde+ variantes</i>	FA	126	148	349	112	168
	FN	<b>40</b>	<b>35</b>	<b>40</b>	<b>36</b>	<b>40</b>
<i>cuando</i>	FA	69	89	173	72	91
	FN	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>23</b>	<b>22</b>
<i>como</i>	FA	77	110	229	89	131
	FN	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>32</b>
TOTAL	FA	1.624	2.312	3.466	1.339	1.695
	FN	<b>516</b>	<b>550</b>	<b>398</b>	<b>432</b>	<b>408</b>

#### a) *Que* y sus variantes con artículo y preposición

En primer lugar, respecto a los resultados obtenidos en el uso de oraciones explicativas introducidas por el pronombre *que* (Tabla 24), hay que destacar que se ha registrado el mayor número de casos en comparación con los demás relativos, como cabría esperar por ser el relativo de uso más general en español. La ausencia de rasgos léxicos y morfológicos de este relativo permite que aparezca en un gran número de contextos y con antecedentes

de diversas clases (NGLE, 2009: § 22.4h), entre ellos, los nombres propios. En la mayoría de los casos obtenidos, *que* adquiere la misma función que *quien*: se usa para precisar acciones, estados o cualidades del antecedente:

- (43) La primera, a la Mejor Película de Animación y Mejor Canción interpretada por Idina Menzel (que actuó en la gala). (Rosa Gamazo, David O’russell, «Blanchett y Mcconaughey, los mejores actores de esta edición», *La Razón*, 04-03-14, 50).
- (44) Según Tania Akouche, que se muestra sorprendida ante la detención de su padre en España, Hatem regresó a Valencia en enero pasado para someterse a una revisión junto a su hijo donante, Ali Hatem. (Laura J. Varo, «“Dijeron que el órgano de mi hermano no servía”», *El País*, 13-03-14, 36).

En cuanto a *que*, los relativos complejos artículo + *que* –*el que, la que, lo que, los que, las que*– y sus variantes con preposición, cabe señalar que una primera observación muestra que hay un claro predominio de la forma sin artículo. De hecho, en todos los medios las frecuencias normalizadas obtenidas por la forma *que* y sus variantes con o sin preposición superan los 200 casos, mientras que la forma *el que* y sus variantes ronda los 100. Es decir, la forma compleja se utiliza menos que la simple, con lo que, *a priori*, esto sugiere que el lenguaje periodístico tiende hacia la simplificación. Aun así hay que contrastar estos datos teniendo en cuenta la temática de la noticia.

En los parámetros de búsqueda de estas unidades se han descartado las oraciones especificativas entre comas introducidas por *artículo* + *que*, y solo se han considerado las variantes con artículo + preposición y el relativo neutro *lo que*, que tiene antecedentes oracionales e introduce oraciones explicativas. Respecto a las ocurrencias obtenidas de esta última variable, cabe señalar que se ha realizado una revisión para excluir las oraciones de relativo semilibres introducidas por *lo que*, unidades que están fuera de los objetivos de este trabajo.

Tabla 24. *Que* + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>Que</i>					
FA	2.004	1.355	1.216	1.348	1.437
FN	<b>222</b>	<b>206</b>	<b>203</b>	<b>208</b>	<b>241</b>
Sección +	Deportes: 253	Deportes: 255	Deportes: 275	Cultura: 237	Deportes: 349
	Sociedad: 218	Cultura: 202	Cultura: 272	Economía: 230	Cultura: 278
	Cultura: 217	Economía: 200	Economía: 218	Sociedad: 212	Sociedad: 240
	Política: 215	Política: 199	Política: 177	Deportes: 208	Política: 200
Sección -	Economía: 210	Sociedad: 167	Sociedad: 144	Política: 192	Economía: 190

Tabla 25. *El que* + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>El que</i>					
FA	966	643	743	728	579
FN	<b>107</b>	<b>98</b>	<b>124</b>	<b>112</b>	<b>97</b>
Sección +	Economía: 185 Sociedad: 120 Política: 97 Deportes: 81	Economía: 139 Sociedad: 111 Política: 98 Deportes: 86	Cultura: 137 Economía: 133 Política: 126 Deportes: 115	Economía: 184 Política: 123 Cultura: 110 Sociedad: 102	Economía: 164 Sociedad: 92 Política: 86 Deportes: 85
Sección -	Cultura: 81	Cultura: 75	Sociedad: 106	Deportes: 63	Cultura: 84

Por modelo de prensa, los periódicos económicos recogen las frecuencias más altas: *Expansión* registra 266 oraciones explicativas introducidas por *que* por cada 100.000 palabras y *Cinco Días* obtiene 233 casos. A los periódicos económicos, les siguen los generalistas, en este orden: *El Periódico* (241), *El País* (222), *ABC* (208), *El Mundo* (206) y *La Razón* (203). Por último, están *As* (223), *Marca* (200) y *Sport* (177).

Centrándonos en la prensa de información general, llama la atención que, en cuatro de las cinco cabeceras analizadas, es la sección de deportes la que obtiene el mayor número de casos, lo que indica un contraste con lo que vemos en los especializados deportivos: en los medios generalistas, las noticias deportivas hacen un gran uso del relativo simple. En el resto de secciones, los datos no son tan uniformes, si bien se puede destacar la sección de cultura, pues en tres de los medios analizados (*El Mundo*, *La Razón* y *El Periódico*) obtiene resultados altos, por detrás de deportes. Además, en *ABC* las noticias culturales se sitúan en primera posición. En este análisis es importante destacar que se han detectado muy pocos usos del relativo *que* con preposición para introducir explicativas. En todos ellos, la preposición usada es *en*, con antecedente temporal o locativo:

- (45) Como ya ocurrió en épocas anteriores, **en que** la FIA limitó también el consumo. (Sergio Piccione, «Zambullida en lo desconocido», *El Mundo*, 15-03-14, 36).
- (46) Relatos de vivencias de mujeres afectadas por linfangioleiomiomatosis, de María Guerrero, **en que** cuentan el desarrollo de una enfermedad que empieza ya de adultas y acaba muchas veces necesitando un trasplante de pulmón. (Emilio de Benito, «Libros y mecenazgo», *El País*, 28-02-14, 37).
- (47) Frustrada la gira que el grupo planeaba realizar en septiembre y octubre (en la que se barajó un concierto en el Estadi Olímpic dentro del festival anual, al final cancelado, que iba a organizar el Mobile World Congress), todo apunta a esos meses de junio y julio, **en que** los Stones recorrerán Europa de la mano de la multinacional AEG Live y Andrew Zweck, asociados, el año pasado, de Doctor Music en el show de Bon Jovi, precisamente, en el Calderón. (Jordi Bianciotto, «La batalla por los Stones», *El Periódico*, 06-03-14, 59)



Estas cifras difieren de las obtenidas por el relativo complejo *el que, la que, lo que, las que, los que* y sus variantes con preposición. Por modelos de prensa (Tablas 22 y 23), los medios económicos continúan estando a la cabeza, con las cifras de 166 registros en *Expansión* y 162 en *Cinco Días*. Con los deportivos nos encontramos la misma situación: son los que registran menos casos del relativo complejo, con cifras que no superan los 100 casos: *Marca*, 91; *As*, 89 y *Sport*, 83. Los generalistas se mueven en un intervalo intermedio: *La Razón* (124), *ABC* (112), *El País* (107), *El Mundo* (98) y *El Periódico* (97). Así, si *El Periódico* destacaba por ser el medio con más ocurrencias en el caso de *que* y sus variantes con preposición, en el uso del relativo complejo es el medio que obtiene la FN más baja: 97 casos por cada 100.000 palabras. A su vez, *La Razón* es en este caso el medio que más utiliza la estructura compleja, mientras que era el que menos casos registraba del relativo simple. El resto de cabeceras obtiene los siguientes resultados: *ABC*, 112; *El País*, 107 y *El Mundo*, 98. En cuanto a la sección que destaca (Tabla 25), en cuatro de los periódicos analizados, son las noticias económicas las que obtienen las cifras más altas, a saber: *El País*, 185; *ABC*, 184; *El Periódico*, 164 y *El Mundo*, 139. En *La Razón*, ocupa la primera posición el área de cultura, aunque economía ocupa el segundo puesto, con una FN de 133 ocurrencias por cada 100.000 palabras. En esas cifras hay un rasgo compartido en todas las cabeceras: la estructura *lo que* es muy frecuente en la temática económica, situación que también se produce en la prensa especializada en economía. Por tanto, una conclusión clara deducible de esta tesitura es que los contenidos económicos, tanto en los medios generalistas como en los especializados, dan pie a la utilización de relativas con antecedente oracional<sup>111</sup> introducidas por el artículo neutro *lo* y el relativo *que*:

- (48) Según la CNMC, desde julio de 2009, en que se crearon las subastas eléctricas, hasta octubre de 2013, el coste ha sido un 11% superior a los precios de mercado (1.670 millones), lo que se tradujo en un sobrecoste en la factura del 4,3%. (Carmen Monforte, «La CNMC pide la desaparición de la tarifa eléctrica para los domésticos», *Cinco Días*, 01-03-14, 3).
- (49) El precio objetivo a 12 meses del conjunto de los expertos para el valor es de 30,88 euros, lo que implica un potencial de revalorización del 5,5%. (Miriam Calavia, «Valores para sacar partido de la calma tensa del mercado», *Cinco Días*, 20-03-14, 20).
- (50) Éste incluye más ayudas públicas de las inicialmente previstas y una reclasificación de otras anteriores ya aprobadas, lo que obligará a Ceiss a realizar mayores ajustes. (M. Roig, M. Martínez, «Bruselas da luz verde a la compra de Ceiss por Unicaja», *Expansión*, 13-03-14, 14).

---

<sup>111</sup> Cabe señalar que también pueden introducir relativas explicativas con antecedente oracional los pronombres *lo cual* y *que* y el adverbio *como*, según la *NGLE* (2009: § 44.8l).

(51) Entre los argumentos que apoyan esta hipótesis está que el invierno de este año ha sido particularmente suave, lo que ha permitido acumular un stock para los próximos 4 ó 5 meses. (Pablo J. Cerezal, «Europa impulsa el gas por 'fracking' para blindar el suministro ante crisis rusas», *Expansión*, 19-03-14, 24).

Algunos autores, como García García (1993) o Martínez García (1994), llaman a este tipo de oraciones «construcciones continuativas», puesto que, a veces, adquieren un valor ilativo, similar a locuciones como *por lo tanto*, *pues* o *por consiguiente*. La reiterada aparición de este relativo complejo en los periódicos especializados en economía evidencia que esta temática requiere de explicaciones complejas de causa-efecto. En esta misma línea se sitúa la combinación del pronombre indefinido neutro *algo* con el relativo *que*, que actúa de forma similar al relativo complejo *lo que* y que se ha registrado en ejemplos como este:

(52) Ahora, está pendiente de ver si se hace con un contrato en Talara, (Perú), lo que aportaría en torno a 1.050 millones de euros a sus cuentas, algo que aplaudirá el mercado, según Renta 4. (D. Esperanza, «Técnicas Reunidas, una oportunidad a medio plazo», *Expansión*, 17-03-14, 20).

#### b) *Quien* y los grupos relativos preposicionales

Con respecto a los resultados en el uso del pronombre *quien*, los datos registrados por tipo de medio van de la mano de los obtenidos por temática en los medios generalistas (Tabla 26). De esta forma, el dato más reseñable se aprecia en los periódicos especializados económicos, con cifras bastante inferiores en comparación con la prensa generalista y deportiva, donde se alcanzan las siguientes frecuencias, por orden: *Marca* (12), *As* (18), *El País* (22), *El Mundo* (26), *El Periódico* (29), *La Razón* (37), *ABC* (41) y *Sport* (42). Por su parte, las dos cabeceras económicas usan 12 oraciones de este tipo por cada 100.000 palabras. Este dato pone de manifiesto que este tipo de medio informa poco de personajes o entes personificados, ya que más bien se nutre y comunica a partir de informes, datos, organizaciones, empresas, instituciones y demás entidades. En cambio, tanto la prensa generalista como la deportiva utilizan numerosas fuentes personales, sobre todo, en una tipología de noticias, las informaciones declarativas, que convierten en texto noticiable las palabras de las figuras públicas, y donde la relativa introducida por *quien* está al servicio del discurso reportado. Destaca especialmente su uso, en las cabeceras generalistas, en la sección de política, donde en cuatro de las cinco es esta la sección que más concordancias

obtiene: 54 casos registrados en *La Razón*; 49 en *ABC*; 31 en *El Mundo* y 28 en *El País*. Así pues, la sección de política es la más asidua a esta construcción porque muchas de sus informaciones proceden de comunicados, comparecencias o ruedas de prensa. Cabe matizar, además, que estas cláusulas explicativas introducidas por *quien* son fundamentales para aportar una información remática sobre el antecedente humano, ya que inician un nuevo recorrido informativo a partir del pronombre, que actúa como enlace temático, hasta el punto de que en muchas ocasiones focaliza el interés informativo:

- (53) “Queremos construir, estamos dispuestos a aportar, pero cuando se está en el Gobierno es muy importante asumir la responsabilidad”. “Creo que estamos en un gran partido”, enfatizó el líder de los populares, **quien** trató de resumir su hoja de ruta política con meridiana claridad: “ETA, a disolverse, no hay referéndum que liquide la soberanía nacional y España tendrá pronto crecimiento económico y empleo”. (J. Rivas, «Rajoy emplaza a ETA ante el PP vasco: “Se arregla muy fácil: disuélvanse”», *El País*, 09-03-14, 31).

Tabla 26. *Quien* + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>Quien</i>					
FA	202	169	220	266	175
FN	<b>22</b>	<b>26</b>	<b>37</b>	<b>41</b>	<b>29</b>
Sección +	Política: 28	Política: 31	Política: 54	Política: 49	Deportes: 40
	Deportes: 25	Deportes: 28	Sociedad: 39	Sociedad: 46	Política: 33
	Sociedad: 22	Sociedad: 18	Deportes: 25	Cultura: 38	Cultura: 30
	Cultura: 18	Cultura: 18	Cultura: 14	Deportes: 30	Sociedad: 23
Sección -	Economía: 5	Economía: 12	Economía: 13	Economía: 13	Economía: 15

La misma tendencia se observa en la sección que menos datos recoge: en todos los medios es el área de economía la que menos recurre al uso de relativas introducidas por *quien*. Llama especialmente la atención su exiguo uso en *El País*, con una FN de 5 casos, en comparación con el resto de cabeceras, cuyas FN superan la decena. Se trata, pues, de unos resultados que van parejos a los obtenidos en los medios especializados en economía, lo que manifiesta que, en este caso, el tipo de medio no es un factor influyente en cuanto a este rasgo del estilo, pues el cariz empresarial y financiero de las noticias económicas es el que determina el tipo de antecedente en estas informaciones, principalmente marcas, colectivos, organismos o corporaciones, cuyas matizaciones y explicaciones exigen relativas con el pronombre *que*. Acerca del resto de secciones, los datos que ofrecen sociedad y deportes también indican que se trata de secciones donde adquieren peso los nombres

propios, pues tanto las noticias de interés social como las deportivas requieren de protagonistas con nombres y apellidos:

- (54) A Fernando no le ha ayudado Mourinho, **quien** dijo hace unos días que no tenía delantero en el Chelsea. Le respondió con el gol del empate en Estambul. (Tomán González-Martín, «Apuesta por España», *ABC*, 01-03-14, 50).
- (55) La pregunta se la plantea el periodista David de Bailly, **quien** intenta resolver el enigma que casi 20 años después de la muerte de Mitterrand sigue rondándola. (Ana Teruel, «La mujer en la sombra de Mitterrand», *El País*, 17-03-14, 44).
- (56) Algo que no comparte el presidente de la Asociación Nacional Española de Vapeadores, Pedro Cátedra, **quien** insiste en que hay «numerosos informes» realizados por instituciones de «enorme prestigio» que demuestran que estos productos son «claramente» una «alternativa menos dañina» que el tabaco. (Ángeles López, «Los médicos, en guerra contra el ‘vapeo’», *El Mundo*, 06-03-14, 46).

**c) Los relativos simples *cual* y *cuyo*, el relativo compuesto *el/la/los/las cual/es* y sus variantes con preposición**

En referencia a los relativos *el cual* y *cuyo* (y variantes), las frecuencias obtenidas revelan que son poco usados en el lenguaje periodístico, algo que también se refleja en otros ámbitos de uso y, especialmente, en los registros informales, desde hace décadas. Álvarez (1988: 91) señala que «ninguno de los dos puede, pues, considerarse al mismo nivel que los otros relativos en cuanto al uso, y ninguno de ellos mantiene tampoco, en la sincronía actual, la vitalidad que poseyeron en tiempos pasados». Por una parte, las frecuencias normalizadas obtenidas de *el cual* y sus variantes oscilan entre los 3 casos por cada 100.000 palabras de *Sport* y *Marca* y los 7 de *La Razón*, el generalista que más casos registra. Este uso deja entrever un estilo elitista, donde el conservadurismo lingüístico en el mantenimiento de esta estructura culta está ligado a un tipo de receptor: un lector con elevada formación.

Por otra parte, las frecuencias del determinante relativo posesivo *cuyo*, relativamente superiores al anterior, oscilan entre los 6 y los 24 casos. Destacan especialmente las bajas cifras en los periódicos deportivos (6 casos en *Marca*; 9 en *Sport* y 10 en *As*), lo que muestra que el grado de formalidad de estos textos está más cercano al polo de la inmediatez comunicativa:

- (57) Se da por hecho que los miembros del consejo den luz verde al pacto, **cuyos** detalles se han estado perfilando desde noviembre. (Miguel Ángel Patiño, «Repsol celebra hoy dos consejos: por YPF y por las cuentas», *Expansión*, 25-02-14, 4).
- (58) Mañana viernes se celebrará el primer interrogatorio ante el juez central de Instrucción 1, Javier Gómez Bermúdez, que investiga la implicación de ambos en el envío de un

paquete desde Toledo a Madrid en 1991, a nombre de Jesús Gallego, de Construcciones Atocha, una de las adjudicatarias de la autovía de Leizarán, a cuyo trazado se oponía ETA. (María Fabra, «Prisión para los etarras detenidos en México», *El País*, 20-02-14, 19).

En cuanto a las secciones de los medios de información general, en el caso de *cual* es también la temática económica la que registra más casos en tres cabeceras: *El País* (11 casos), *El Mundo* (10 casos) y *El Periódico* (5 casos). Además, es la segunda sección con más uso en *La Razón* (7) y *ABC* (6). Sin embargo, en el relativo *cuyo* (Tabla 28) es la sección de cultura la que más registros acumula en cuatro de las cinco cabeceras de estudio: *El Periódico* (27), *La Razón* (26), *El Mundo* (25), *El País* (20). En *ABC* ocupa la segunda posición, con una FN de 26 casos, por detrás de economía. El hecho de que esta sección incluya los temas intelectuales del periódico podría tener relación con estos resultados, pues se trata de un relativo que indica un notable índice de formalidad en el uso del lenguaje debido a su complejidad (Carrasco *et al.*: 2012: 90):

La complejidad de *cuyo*, causa probable de su desuso, radica en su doble relación en las oraciones en las que aparece, pero también en el hecho de que puede usarse de distintas maneras, algunas de las cuales no siempre expresan posesión, es decir, a pesar de que en su definición el pronombre *cuyo* parece estar ligado al genitivo, no siempre expresa esta idea de pertenencia o ser dueño de algo.

Por el contrario, en tres de las cinco cabeceras analizadas, la sección de deportes ofrece los números más bajos (*ABC*, *El Periódico* y *La Razón*), algo que, como ya hemos visto, también se produce en los modelos especializados.

Tabla 27. *El cual* + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>El cual</i> + variantes					
FA	48	35	42	34	22
FN	5	5	7	5	4
Sección +	Economía: 11	Economía: 10	Política: 9	Sociedad: 9	Economía: 5
	Política: 6	Sociedad: 9	Economía: 7	Economía: 6	Política: 5
	Sociedad: 6	Cultura: 8	Deportes: 5	Política: 5	Sociedad: 3
	Cultura: 2	Política: 5	Cultura: 4	Deportes: 5	Deportes: 3
Sección -	Deportes: 1	Deportes: 0	Sociedad: 4	Cultura: 2	Cultura: 0

Tabla 28. *Cuyo* + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>Cuyo</i> + variantes					
FA	161	115	101	154	104

FN	18	17	17	24	17
Sección +	Cultura: 20	Cultura: 25	Cultura: 26	Economía: 27	Cultura: 27
	Política: 19	Sociedad: 25	Política: 18	Cultura: 26	Economía: 22
	Economía: 17	Deportes: 17	Economía: 18	Política: 26	Sociedad: 18
	Deportes: 17	Economía: 16	Sociedad: 16	Sociedad: 24	Política: 16
Sección -	Sociedad: 16	Política: 15	Deportes: 1	Deportes: 13	Deportes: 10

#### d) Los adverbios relativos *cuando* y *donde* y sus variantes con preposición

Los adverbios relativos de lugar y tiempo, *donde* y *cuando*, manifiestan una de las características de la noticia como género: su carácter narrativo. Como ya hemos señalado, consideramos que la noticia presenta una estructura plurisecuencial con un patrón discursivo predominante: el expositivo-narrativo (Vellón, 2014b). La aparición de estos relativos revela las marcas de narratividad de la noticia porque supone contextualizar lo sucedido, los acontecimientos. *Donde* admite antecedentes espaciales como lugares, pero también acciones, eventos o situaciones que incluyen de manera implícita coordenadas espaciotemporales (NGLE, 2009: § 22.8l). *Cuando*, el conector temporal más empleado en el español actual, según recoge la NGLE, sitúa un evento o designa instantes o momentos. En el análisis del corpus, tanto uno como otro resaltan en un modelo de medio: el generalista. *Donde* y sus variantes aparecen 50 veces por cada 100.000 palabras en *El País*, el medio que registra más casos. El resto de cabeceras muestran unas cifras semejantes: *ABC*, 49; *El Mundo*, 48 y *La Razón* y *El Periódico*, 47. En las ocurrencias por área temática, destaca sociedad, que registra las frecuencias más altas. Así, en dos periódicos (*El Mundo* y *El Periódico*) ocupa la primera posición, con 72 y 69 casos por cada 100.000 palabras, respectivamente, mientras que en el resto de cabeceras los temas sociales ocupan el segundo lugar, con las siguientes frecuencias normalizadas: 58 (*El País*), 55 (*ABC*) y 43 (*La Razón*). Por el contrario, y en este caso hay unanimidad en los resultados, las informaciones económicas son las que utilizan menos relativas introducidas por *donde*, con cifras que van de los 18 casos registrados en *La Razón* hasta los 34 en *El Periódico*. De estos datos se deduce que la profundización en el dónde de la información no es algo esencial en las noticias económicas de los medios generalistas, alejadas del componente narrativo y más vinculadas al expositivo. A este respecto, sí hay que recalcar que, aunque los periódicos especializados han obtenido cifras inferiores en el uso de este relativo –40, *Cinco Días* y 35, *Expansión*– estas son ligeramente superiores a las obtenidas en las secciones económicas

generalistas, lo que demuestra que hay una mayor vocación por explicar las referencias espaciotemporales en *Expansión* y *Cinco Días*. En cuanto a los especializados en deportes, estos registran prácticamente las mismas frecuencias que hemos visto en los económicos: 40, *Marca* y *Sport*; 36, *As*. Sin embargo, hay una diferencia frente a los datos obtenidos en los generalistas: a pesar de que la sección de deportes no es de las que más uso hace de esta estructura, los datos registrados en las secciones deportivas de cuatro de las cinco cabeceras son mayores que las frecuencias de *Marca*, *As* y *Sport*. Así, destaca *El País*, con 61 casos; le siguen *El Mundo*, con 55; *El Periódico*, con 48 y *ABC*, con 42. El único medio que está por debajo de estas frecuencias es *La Razón*, con una frecuencia relativa de 38 casos por 100.000, convirtiéndose en el medio que menos relativas con *donde* utiliza en sus noticias de tema deportivo. De esta forma, se infiere que en esta temática son los generalistas los que dan más peso al contexto y a la secuencialidad narrativa, por la presencia habitual de noticias caracterizadas por el relato de acontecimientos que requieren marcos circunstanciales para su comprensión completa.

**Tabla 29.** *Donde* + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>Donde + variantes</i>					
<i>FA</i>	448	319	278	318	284
<i>FN</i>	<b>50</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>49</b>	<b>48</b>
<i>Sección +</i>	Deportes: 61	Sociedad: 72	Política: 60	Cultura: 58	Sociedad: 69
	Sociedad: 58	Cultura: 61	Sociedad: 43	Sociedad: 55	Cultura: 56
	Cultura: 54	Deportes: 55	Deportes: 38	Política: 52	Deportes: 48
	Política: 45	Política: 44	Cultura: 38	Deportes: 42	Política: 38
<i>Sección -</i>	Economía: 27	Economía: 26	Economía: 18	Economía: 19	Economía: 34

Con *cuando* se repite el mismo esquema. Este relativo se registra en *El Mundo* con una FN de 31 casos por cada 100.000 palabras (Tabla 30). Este es el medio con los datos más significativos, aunque el resto de periódicos alcanzan cifras similares: *El País*, 30; *La Razón* y *ABC*, 26 y, en último lugar, *El Periódico*, con 24. Los especializados oscilan entre los 20 y los 23 casos, no habiendo diferencias en cuanto a la temática. Sin embargo, si comparamos los datos entre secciones y medios especializados, hay diferencias reveladoras: en cuatro de los cinco generalistas, las cifras de las secciones de deportes son superiores a las cifras de las noticias especializadas, especialmente en el periódico *El*

*Mundo*, que obtiene una FN de 50 casos, la mayor de todas. En el lado opuesto está *El Periódico*, que registra los menos casos: 21. Finalmente, en las noticias económicas de *La Razón*, *El Mundo* y *El País* se recogen más casos que en los especializados. En concreto, resalta de nuevo *El Periódico*, con la FN más baja: 15 casos por 100.000.

El uso de estos adverbios en relativas explicativas, que añaden alguna aclaración a la contextualización espaciotemporal de los hechos relatados en la noticia o de sus antecedentes y consecuencias, muestra que el estilo de los periódicos de información general —con temáticas variadas, de carácter social, cultural, deportivo, económico y político— se sirve de este recurso para profundizar en las circunstancias que rodean el *qué* informativo, como una estrategia de diferenciación frente a la inmediatez de su gran competencia, la prensa digital:

(59) En 1974, cuando los anticonceptivos estaban prohibidos en España, la Fiscalía del Tribunal Supremo estimó que pese a que se consideraba un delito en cualquier circunstancia, en España se realizaban unos 300.000 abortos al año —cifra que los más conservadores consideraron disparatada—. (María Sahuquillo, «Tantas razones como mujeres», *El País*, 12-03-14, 35).

(60) Es el caso de Bielorrusia, donde la UE —más proclive a negociar que a sancionar— ha vetado el visado para viajar a países miembros de la Unión a 232 ciudadanos y ha congelado las cuentas de 25 empresas. (Belén Domínguez, «El peligroso efecto de las sanciones», *El País*, 10-03-14, 30)

Tabla 30. Cuando + variantes. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
Quando					
FA	270	206	157	170	142
FN	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>24</b>
Sección +	Deportes: 32	Deportes: 50	Economía: 35	Deportes: 32	Sociedad: 30
	Política: 32	Sociedad: 34	Deportes: 33	Política: 27	Política: 28
	Economía: 28	Política: 30	Cultura: 29	Sociedad: 26	Deportes: 21
	Sociedad: 27	Economía: 29	Sociedad: 24	Economía: 21	Economía: 15
Sección -	Cultura: 26	Cultura: 19	Política: 22	Cultura: 21	Cultura: 13



e) El relativo *como*

El adverbio relativo *como* adquiere una función similar a la de *quien* cuando se usa entre incisos<sup>112</sup>. La única diferencia entre ambos es su antecedente: *quien* tiene como antecedente a la fuente, mientras que *como* tiene como antecedente las palabras de la fuente, por tanto, se trata de un antecedente oracional. Hay controversia en cuanto a la identificación de esta unidad gramatical, pues algunos gramáticos recalcan su valor relativo explicativo, mientras que otros lo consideran como marca de relativa libre. Independientemente de esta polémica, hemos considerado analizar el uso del adverbio relativo *como* dentro de las marcas de la elaboración hipotáctica, pues consideramos que su función, por una parte, está ligada a uno de los rasgos esenciales de la noticia: su carácter polifónico. Por otra parte, contribuye a la elaboración en sentido hallidayano, pues la relativa sirve para aclarar quién dijo o hizo qué en el relato informativo.

Para el análisis de *como* en este epígrafe<sup>113</sup>, hemos tenido en cuenta que se pueda parafrasear por *tal como* (especialmente, cuando introduce palabras de otros), siguiendo lo que marca la *NGL* (2009: § 44.8m):

En este tipo de ejemplos puede entenderse que *como* encabeza una relativa adverbial explicativa cuyo antecedente es la oración anterior, o bien que el antecedente es el adverbio omitido *tal*, de forma que la oración con *como* sería una relativa libre. A favor de considerar que la relativa introducida por *como* es libre está el hecho de que en las construcciones que se mencionan se admite sin dificultad el cambio de orden [...]. Por el contrario, una relativa explicativa no puede aparecer delante de su antecedente.

El uso de *como* en la prensa periodística es superior al de otras partículas relativas. Destaca, especialmente, en los modelos generalistas (la cifra oscila entre una FN de 34 a 43 casos) y, como ocurría con *quien*, tiene un uso más limitado en las cabeceras económicas (*Expansión*: 26/100.000; *Cinco días*: 24/100.000) y en las deportivas (*Marca*: 26/100.000; *As*: 29/100.000 y *Sport*: 32/100.000). Uno de sus principales cometidos es, pues, recuperar

---

<sup>112</sup> Cabe resaltar que *como* con antecedente expreso (los sustantivos *manera*, *modo* y *forma*) introduce oraciones especificativas, que están fuera de los propósitos de este trabajo.

<sup>113</sup> En el epígrafe de la ampliación, nos centraremos en el *como* conjunción y su valor modal.

o dar paso<sup>114</sup> a las palabras de las fuentes informativas, o incluso rescatar contenidos ya dados por el periódico días anteriores, de modo que con la autorreferencialidad se aporta credibilidad a la información:

- (61) Ahora la precaución llega del Este de Europa, aunque sorprendentemente con algún efecto colateral positivo, como señala Luis Antonio Ruiz, presidente de Jaguar-Land Rover España: “Nos van a pasar producción prevista para Ucrania, porque nos faltaban coches para cubrir la demanda de aquí”. (M. Gómez Blanco, «El final del túnel está en el Sur», *El País*, 08-03-14, 55).
- (62) Con más o menos tiempo, el cantante vitoriano llega como el veterano de la gala después de quedar segundo en su certamen homólogo del año 2000. Ahora, para intentar su asalto a Dinamarca, Raúl se presenta con «Seguir sin ti», una balada «sobria, elegante y madura», como él mismo la calificó. (G. Granda, J. Herrero, «El camino a Eurovisión se despeja esta noche», *La Razón*, 22-02-14, 92).
- (63) En los últimos meses habían aparecido rumores en todas las direcciones posibles sobre el futuro de Ter Stegen pero, finalmente, el portero alemán jugará la próxima temporada en el Camp Nou, como apuntaba uno de ellos. (David Salinas, «Ter Stegen superó la revisión médica», *Sport*, 27-02-14, 4).
- (64) Como ya adelantó AS, la coincidencia de fechas del anuncio oficial del fichaje del madrileño por Peugeot para correr la próxima edición del Dakar ha sido un impedimento insalvable para su participación en Canarias. (Pipo López, «Sainz no correrá al final en Canarias», *As*, 19-03-14, 38).
- (65) Parte de la banca acreedora ha capitalizado deuda y se prevé que ahora traspase su participación a una gestora de activos tóxicos, como adelantó EXPANSIÓN. (Marisa Angles, «Colonial elevará el importe de la ampliación», *Expansión*, 01-03-14, 10).

Ahora bien, hay que destacar que, en otras ocasiones, *quien* y también *como* encabezan relativas que concretan acciones de los protagonistas de la noticia:

- (66) La petición de 30 días de suspensión parte del magistrado instructor, a quien el Consejo del Poder Judicial encomendó investigar si Vázquez Taín cometió una falta muy grave por las supuestas irregularidades cometidas en la recusación que le interpuso el principal implicado en el robo del Códice. (José A. Hernández, «El instructor del Consejo pide suspender un mes al juez Vázquez Taín», *El País*, 12-03-14, 13)
- (67) El doctor Berger, quien le permitió “volver a jugar al tenis” en 2010, le recomendó parar y evitar males. (Neus Yerro, «Del Potro se enfrenta a un futuro incierto». *Sport*, 11-03-14, 39).
- (68) En esta reunión el banquero no pudo ocultar su emoción, e incluso, como le ocurrió un día antes, se le escapó alguna que otra lágrima. (Ángeles Gonzalo, «El banquero sin activos tóxicos», *Cinco Días*, 01-03-14, 40).

Por último, en cuanto a las secciones de los generalistas, no hay una tendencia uniforme en todos los medios, como sí ocurre con el resto de relativos (Tabla 31). Esto sugiere que se trata de un rasgo general del estilo periodístico que no viene determinado por el tema de la noticia. Eso sí, se trata de un rasgo más explotado por los periódicos

---

<sup>114</sup> Según determina *NGLE* (2009: § 22.11f), estos incisos con *como* pueden aparecer a principio de oración, intercalados o al final, de forma que la relativa puede aparecer delante de su antecedente. Por esta razón, para el análisis de este relativo, también se han tenido en cuenta las relativas que aparecen a principio de oración, precedidas de punto.

generalistas que por los especializados, lo que deja entrever la predilección de los primeros por una mayor amplitud de voces y de acciones; o lo que es lo mismo, la preferencia por el estilo narrativo, como sucedía, por otra parte, con los otros adverbios relativos.

**Tabla 31.** Como. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
Como					
FA	306	252	259	269	245
FN	<b>34</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>42</b>	<b>41</b>
Sección +	Cultura: 45	Sociedad: 56	Sociedad: 53	Economía: 51	Economía: 53
	Sociedad: 38	Cultura: 46	Cultura: 51	Política: 46	Política: 42
	Economía: 35	Deportes: 40	Deportes: 47	Sociedad: 39	Sociedad: 39
	Deportes: 32	Política: 37	Política: 39	Deportes: 38	Deportes: 38
Sección -	Política: 28	Economía: 19	Economía: 33	Cultura: 30	Cultura: 33

#### 4.2.2.3. Conclusiones parciales

Los datos analizados en la elaboración hipotáctica revelan aspectos como los siguientes:

- a) Hay un predominio de las construcciones explicativas en la prensa especializada en economía, donde se registran frecuencias normalizadas superiores a los 500 casos.
- b) La prensa especializada en deportes es la que menos uso hace de estas estructuras, con frecuencias que se sitúan alrededor de los 400 casos.
- c) Los periódicos generalistas obtienen cifras en el rango intermedio entre los dos modelos especializados.
- d) En la prensa generalista, *ABC* es el periódico que recoge el mayor número de registros de cláusulas de relativo explicativas, mientras que *El Mundo* es el medio que menos acude a esta estructura.
- e) En datos globales, y teniendo en cuenta el número de palabras total de cada sección, la temática más favorecida por el uso de la relativa explicativa (Tablas 17 y 18) es la deportiva, con una FN de 518 casos. Esto supone, aproximadamente, la aparición de una relativa por cada 190 palabras.
- f) La temática con el número menor de apariciones es la política, con una FN de 480 registros por cada 100.000 palabras; esto es, una relativa por cada 210 palabras.
- g) En el 80% de las cabeceras generalistas de estudio es la sección de deportes donde más uso se hace de las relativas explicativas introducidas por el pronombre *que*.

- h) En el 80% de la prensa generalista destaca la sección de economía por ser la que recoge más explicativas introducidas por el relativo complejo *el que* y sus variantes.
- i) En el 80% de las cabeceras generalistas, la sección de política sale favorecida en el uso del pronombre *quien* como introductor de explicativas, lo que manifiesta la dependencia de las fuentes y el estilo declarativo de las noticias de esta sección. Además, la totalidad de las cabeceras registra menos casos de este tipo de relativa en las noticias de temática económica, lo que corrobora que no se acude tanto a fuentes individuales, sino a colectivas.
- j) El 60% de los periódicos de información general registra más casos de *el cual* en la sección de economía, mientras que en el 80% son los temas culturales los que dan pie a utilizar el determinante relativo culto *cuyo*.
- k) En la totalidad de la prensa generalista, las noticias de corte económico no son asiduas al uso de relativas explicativas introducidas por *donde*.
- l) En el 60% de los medios estudiados, las noticias deportivas recogen más explicativas introducidas por *cuando* con antecedente temporal.
- m) No hay resultados concluyentes acerca del uso de *como*, pues no se registra una dinámica similar en más de dos medios.
- n) En la prensa especializada, la aparición de relativas introducidas por relativos complejos (*el que* y variantes) y por *cuyo* es superior en la prensa económica.
- o) La prensa deportiva destaca por el uso de explicativas introducidas por *quien*.
- p) Respecto al uso del resto de relativos, no hay diferencias significativas entre los dos modelos de prensa especializada.

**Tabla 32.** Datos globales del uso de la elaboración hipotáctica por secciones (FA y FN/100.000)

Sección	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	1.453.794	480.639	582.121	369.057	517.527	3.403.138
<i>El País</i>	1663	562	939	511	730	4405
<i>El Periódico</i>	1016	361	605	392	614	2988
<i>La Razón</i>	1344	535	408	336	393	3016
<i>Abc</i>	1378	476	713	290	430	3287
<i>El Mundo</i>	1574	478	218	311	513	3094
FA	6975	2412	2883	1840	2680	16790
FN	480	502	495	499	518	493

**Tabla 33.** Cuadro-resumen resultados de la elaboración hipotáctica

Tipo de medio	Uso de las relativas explicativas
<b>Generalistas</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>ABC</i>
	<i>La Razón</i>
	<i>El Periódico</i>
	<i>El País</i>
<i>Periódico -</i>	<i>El Mundo</i>
<b>Sección</b>	
<i>Sección +</i>	Deportes
	Cultura
	Economía
	Sociedad
<i>Sección -</i>	Política
<b>Deportivos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>As</i>
	<i>Sport</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Marca</i>
<b>Económicos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Expansión</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Cinco días</i>

Para acabar con el análisis de la elaboración hipotáctica, observaremos los datos globales por modelo comunicativo empresarial (Tabla 34). Hemos visto que los de la elaboración paratáctica sugieren que el modelo de lenguaje sí está vinculado al modelo comunicativo empresarial del medio. En la elaboración hipotáctica, de las cabeceras que tienen representación en los tres modelos informativos destaca un dato que podría corroborar esta hipótesis, aunque solo en parte: Unidad Editorial es la empresa que hace un menor uso de las estructuras explicativas en el modelo generalista y en el deportivo. Sin embargo, en el económico, recoge el mayor número de casos. En el Grupo Prisa no hay correlación entre los datos de sus tres modelos de medio. Los resultados del Grupo Zeta se sitúan en las cifras intermedias, tanto en el modelo generalista como en el deportivo. Por último, los dos grupos que solo tienen representación en el modelo generalista, Vocento y Grupo Planeta, son los que obtienen las frecuencias más altas.

**Tabla 34.** Resultados de elaboración hipotáctica por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	470				
<i>El País</i>		487			
<i>El Periódico</i>			502		
<i>La Razón</i>					505
<i>ABC</i>				508	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	398				
<i>As</i>		432			
<i>Sport</i>			408		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	550				
<i>Cinco días</i>		516			

### 4.3. LA EXTENSIÓN: ADICIÓN Y VARIACIÓN DE SIGNIFICADOS

Las relaciones de extensión se producen cuando una cláusula secundaria extiende el significado de una primaria de diversas maneras: añadiendo información (adición), sustituyéndola (variación), presentando opciones (alternancia) o mostrando salvedades (excepción). Como ocurría en la elaboración, la extensión se puede expresar mediante cláusulas con el mismo estatus sintáctico (extensión paratáctica) o con cláusulas de distinta jerarquía (extensión hipotáctica). Desde el punto de vista de los estilos periodísticos, pensamos que el análisis de los rasgos propios de la extensión arrojará datos acerca de varios aspectos: por un lado, desde el punto de vista oracional, nos ofrecerá una visión acerca de la complejidad estructural del lenguaje periodístico, para situarlo en la divergencia entre el estilo cohesionado y el estilo segmentado. Por otro lado, también mostrará la preferencia de los periodistas en la ordenación del relato periodístico, a favor o en detrimento de un estilo más o menos narrativo. De forma esquemática, a continuación, se exponen las principales implicaciones de la extensión en el discurso informativo, supuestos que serán desarrollados a lo largo de este capítulo:

Tabla 35. Implicaciones de la extensión en el discurso periodístico

Rasgos	Estilo comunicativo
±narrativo	La adición paratáctica facilita la acumulación de sucesos y, por ende, favorece la vertiente narrativa de la noticia.
±dinámico	El uso de las oraciones coordinadas contribuye al procesamiento de la información y al dinamismo discursivo, mientras que la variación implica un mayor esfuerzo cognitivo.
±modalizado	El uso de la conjunción con valor de conector textual enfatiza la información, por lo que se vislumbra la intencionalidad por parte del emisor y, en consecuencia, se relaciona con la modalización.
±formal	El uso de la conjunción y con valor cohesivo es habitual en contextos espontáneos, con lo que su aparición implica un estilo menos formal.
±cohesionado	Una mayor utilización de las estructuras paratácticas de expansión indica un estilo más segmentado.

#### 4.3.1. La estructura oracional

Para empezar por el primero de los supuestos, hablar de complejidad lingüística es hacer referencia a un concepto más bien ambiguo, interpretado de formas diversas por los autores. A este respecto, tomamos como punto de partida el trabajo de Castellà (2004) sobre la complejidad estructural y lingüística de la oralidad y de la escritura. Aunque

nuestro corpus pertenece al canal escrito, ya hemos avanzado la idea de que, dentro de la noticia informativa periodística, no es lo mismo hablar de deportes que de economía o política. Numerosos autores equiparan el lenguaje de las noticias deportivas con el lenguaje coloquial próximo a la oralidad, mediante lo que denominan una «oralidad fingida». Por esa razón, nos parece oportuno el trabajo de este autor, quien ofrece una revisión de dos tendencias respecto a la caracterización de ambos lenguajes: una tendencia mayoritaria, la que defiende que el lenguaje oral es más simple desde el punto de vista sintáctico (lo que supone, pues, un predominio de la parataxis frente a la hipotaxis); y otra tendencia, que opina justo lo contrario. En un lado estarían las propuestas de autores como W. Chafe (1982), Badia y Margarit (1952), Brown y Yule (1983), O'Connor (1984) y Calsamiglia y Tusón (1999). En el lado opuesto, el principal representante es Halliday (1979), aunque también siguen esta línea Poole y Field (1976), Aracil (1978), Narbona (1995) o Briz (1998). En especial, Castellà se detiene en la visión de Halliday: «Per a M.A.K. Halliday la complexitat de la llengua oral no s'ha d'oposar a la de la llengua escrita, sinó que ambdues són complementàries i afecten aspectes diferents del llenguatge» (Castellà, 2004: 43). Halliday caracteriza a la lengua oral como un proceso en movimiento, mientras que a la lengua escrita la describe como un producto estático, de lo que se deduce que cada una tiene un tipo de complejidad.

La propuesta de Castellà, justificada tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo, se sitúa a medio camino entre ambas tendencias: no desmiente a unos ni corrobora a otros, porque relativiza el análisis de los textos y matiza los factores que entran en juego en la complejidad de ambos tipos de lenguaje. Así pues, entre sus conclusiones, desde los puntos de vista léxico, sintáctico y textual, están las siguientes (Castellà, 2004: 159):

- a) La lengua oral coloquial tiene un estilo verbal, mientras que la lengua escrita expositiva adopta el estilo nominal.
- b) La lengua escrita expositiva presenta más densidad y variación léxica y utiliza estructuras sintagmáticas largas. Por el contrario, en la lengua oral está más presente la repetición y el uso de sintagmas más breves.
- c) Ambos tipos de lenguaje utilizan un número similar de construcciones de subordinación, con cierta ventaja para los géneros orales. Sin embargo, desde el



punto de vista del total de cláusulas, es la lengua escrita la que hace un uso preferente de la subordinación.

- d) La lengua escrita opta por la composición oracional, mientras que la oral lo hace por la conexión textual.

En este debate acerca de la caracterización de la lengua oral y la escrita entran en juego los conceptos de «estilo cohesionado» y «estilo segmentado»<sup>115</sup>. Cuenca (2001b), siguiendo a M<sup>a</sup> Teresa Serafini (1992), explica en profundidad estos conceptos y deja claro que «tot i la tendència a relacionar l'estil segmentat amb un registre informal, de vegades aquest estil s'ha adduït com a exemple d'una gran elaboració literària i de domini de la sintaxi a fi d'aconseguir una simplificació sintàctica» (2001: 3). Este argumento encierra la idea de que existe una tendencia general a identificar el estilo formal con el estilo cohesionado, y el informal con el segmentado. Como señala Serafini (1994: 177):

Por tradición, el uso de la hipotaxis se considera más culto y adecuado a la prosa argumentativa de tipo literario filosófico, histórico, jurídico o artístico; en tanto que el uso de la parataxis se considera típico de un estilo ingenuo o primitivo. En realidad, muchos estudios de este siglo sobre la comprensión de los textos han destacado el valor y la eficacia del empleo de la parataxis, que, a menudo, es el fruto de un largo trabajo de simplificación y dominio de las relaciones entre las frases y, por consiguiente, puede representar un estadio más avanzado y un modo de comunicar más expresivo que la hipotaxis.

Atendiendo, pues, a los rasgos de ambos estilos contrapuestos, según Serafini (1994: 173), el estilo segmentado se caracteriza por periodos breves, una sintaxis sencilla en la que predomina la coordinación, la presencia de redundancia, distintos pronombres y muchos puntos. Se trata de textos más largos y fragmentados, que presentan la información poco a poco y resultan monótonos porque son planos y poco ligados. Por el contrario, el estilo cohesionado muestra periodos más largos y una sintaxis más articulada, con preferencia por las subordinadas. Son textos más densos y concisos, cuya cohesión excesiva puede dificultar su lectura. Serafini hace hincapié en que ambos estilos son los casos límite entre las infinitas posibilidades intermedias:

---

<sup>115</sup> Castellà (2004: 162) habla de otras denominaciones utilizadas por los autores para referirse a estos dos estilos: estilo fragmentado vs. estilo integrado; código restringido vs. código elaborado; borrador vs. texto definitivo; o estructura simple vs. estructura compleja.

Si el objetivo primario es escribir textos fácilmente comprensibles, es preferible el estilo segmentado; en cambio, si se quiere comunicar un pensamiento complejo, en un tono literario y cuidado, es preferible optar por un estilo cohesionado. Las fórmulas que miden la legibilidad de los textos, entendida como claridad y facilidad de comprensión, aconsejan el estilo segmentado: en efecto, esas fórmulas, entre otros elementos, computan el número medio de palabras por frase y valoran como más legible el texto que presente frases más breves (Serafini, 1994: 174).

Sobre la complejidad del lenguaje periodístico, los manuales de estilo son la primera referencia de consulta para aclarar esta cuestión. Varios autores han comparado en sus estudios las preferencias de los libros de las redacciones para conseguir una comunicación eficaz. Cassany destaca, pues:

El llibre d'estil de l'Avui posa un límit màxim de 25 mots per frase; el d'El 9 Nou el redueix a 20 (comptant només els mots plens); el del *Diari de Barcelona* evita les xifres i demana sols que sigui "breu"; el de "La Caixa" desaconsella la frase que abasti més de tres ratlles; i fins i tot el del MAP (Ministerio para las Administraciones Públicas) qualifica de "longitud desmesurada" l'extensió de 20-30 mots que diu que sol tenir "el párrafo administrativo" [sic!]. (Cassany 2002: 85)

Por su parte, Vellón (2013a: 146) advierte que «todos los libros de estilo señalan que el marco oracional más adecuado es el breve y conciso». No obstante, estos aceptan la presencia de subordinadas para evitar la monotonía y mantener el interés del lector. Es, por tanto, un recurso estilístico:

Frente a un ritmo monocorde, basado en la reiteración de fórmulas sin apenas variación, pendientes del rigor y del formalismo de una sintaxis previsible, el periodismo actual opta por estrategias que aportan agilidad, dinamismo, alteración de las convenciones. Todo ello con el fin de proporcionar un componente estilístico, sin que ello afecte a la necesaria claridad comunicativa del mensaje. Una de las estrategias es la combinación de frases breves, más expresivas, impactantes, con mayor contenido informativo, y periodos sintácticos más extensos, que desarrollan, matizan, explican los detalles de la noticia y contextualizan las ideas primordiales, situadas, con frecuencia, en el encabezamiento del párrafo. (Vellón, 2013a: 147).

De esta forma, en consonancia con Vellón (2014b: 118-119), pensamos que estas dos tendencias en el estilo oracional del discurso periodístico condicionan las formas de comunicar y, por tanto, en nuestro análisis cuantitativo nos encontraremos dos orientaciones: en primer lugar, una preferencia por la inserción de construcciones

oracionales subordinadas –sustantivas, adjetivas o adverbiales– y, en segundo lugar, una predilección por la coordinación y la yuxtaposición,

que ofrecen un marco sintáctico más adecuado para la distribución y concatenación de las secuencias informativas, dado que su carácter sumativo favorece una linealidad expresiva dinámica y sin apenas exigencias interpretativas para el lector. Frente a ellas, las estructuras interordinadas precisan de un mayor esfuerzo cognitivo, en cuanto que la conexión entre proposiciones se realiza a partir de nexos que determinan la interrelación entre los segmentos oracionales: no se produce la simple adición, sino la inclusión de un razonamiento sometido a la causalidad, objeción, finalidad, condición, etc. (Vellón, 2014b: 119).

Así pues, respecto a la primera influencia de la extensión en los modelos comunicativos, entendemos que un mayor grado de la extensión paratáctica –coordinación– implicará un mayor dinamismo y agilidad en la lectura de la información; también mostrará la existencia de oraciones más breves, es decir, de un estilo más segmentado y, por tanto, más comprensible: una transmisión más directa e impactante de la información. Todo esto frente a un estilo cohesionado, con una sintaxis más compleja, con predominio de la subordinación, que implicará una mayor dificultad en la comprensión del mensaje o un estilo más desarrollado, contextualizado o ampliado. Esta simplicidad o complejidad se relaciona con el propósito del medio o con la sección: no es lo mismo informar sobre contenidos que exigen un mayor esfuerzo receptivo que informar sobre hechos que se limitan a un relato de acontecimientos o una exposición de datos o hechos. González Rodríguez, en su investigación acerca de las estrategias comunicativas en noticias inglesas (2005), llega a la conclusión de que, frente a los periódicos que buscan una mayor profundidad en sus contenidos, en los periódicos que tienen como objetivo entretener, la redacción es más sencilla y segmentada. Partiendo de esta evidencia, pretendemos comprobar si las noticias españolas siguen esta misma tónica.

#### **4.3.2. La estructura narrativa de la noticia**

Respecto al segundo de los supuestos, consideramos que la noticia presenta una estructura plurisecuencial con un claro patrón discursivo predominante: el expositivo-narrativo (vid. supra Capítulo 2). En el epígrafe anterior, hemos expuesto la relación de la elaboración con el modelo expositivo-explicativo de la comunicación periodística. Las

relaciones de extensión, por su parte, reflejan las marcas de la narratividad de la noticia. Por un lado, la adición está relacionada con la sucesión o acumulación de los hechos, mientras que la variación tiene que ver con la incorporación de nuevos temas en el progreso de la información. De hecho, Bustos (2013a) incluye en su clasificación algunos de los conectores propuestos por Halliday en esta sección y los define como «aditivos que suman contenidos heterogéneos», a diferencia de los que suman contenidos de naturaleza homogénea, esto es, los aditivos tradicionales (*y, además, tampoco...*).

Si hablamos de la noticia como relato, debemos considerar, en primer lugar, la caracterización del texto narrativo desde un punto de vista teórico. Son referencias ineludibles los trabajos al respecto de Labov (1972), Van Dijk (1990a), Adam y Lorda (1999) y Contursi y Ferro (2000). William Labov, en su estudio sobre narraciones de experiencias personales, realiza uno de los primeros acercamientos a la estructura de la narración. Más allá de la clásica división de planteamiento, nudo y desenlace –«a beginning, a middle, and an end» (1972: 362)–, Labov establece un desarrollado esquema de la estructura narrativa formado por seis elementos: *resumen, orientación, complicación, evaluación, resolución y coda*. Previamente, en el año 1967, junto con Joshua Waletzky, Labov estableció la característica principal del texto narrativo oral, el orden temporal: «we can now define quite simply those sequences of clauses which we will consider as narratives. Any sequence of clauses which contains at least one temporal juncture is a narrative» (1967: 28).

Años más tarde, Adam y Lorda (1999) caracterizan la lingüística de la narración bajo el prisma de la teoría de las secuencias textuales. Así, definen la narración como una «unidad compleja y profundamente heterogénea, compuesta de momentos narrativos, descriptivos y dialogales más o menos puros, que denominamos secuencias» (1999: 35). Establecen, pues, que la secuencia prototípica del relato está formada por cinco proposiciones narrativas, «que corresponden a oraciones simples, compuestas o a grupos de varias oraciones» (1999: 57), que se identifican con una *situación inicial*, un *nudo*, una *acción*, una *evaluación*, un *desenlace* y una *situación final*.

Contursi y Ferro (2000), por su parte, hacen un inventario de las teorías y usos de la narración, a partir de una doble categorización: la narración como procedimiento textual, es decir, como estructura lingüística, y la narración como discurso, o sea, «la relación entre la narración y alguno de los aspectos contextuales de su producción». En la primera, toma

importancia la narración, no como tipología textual, sino como secuencia, en el sentido de Jean Michel Adam; en la segunda, pone en vigor el contexto situacional: el ámbito de producción y uso afecta a las variadas formas del texto narrativo.

Si nos centramos en el esquema del relato periodístico, numerosos autores se han referido a este a partir de los rasgos de los textos narrativos, mostrando, precisamente, que la noticia presenta muchas de las características lingüísticas de la narración. Uno de los autores más importantes es Van Dijk, quien, a partir de su análisis de la noticia como discurso, establece un esquema de la noticia que se nutre de los conceptos propios de la narración y del modelo canónico de planteamiento, nudo y desenlace (1990: 254). Así, habla de los siguientes elementos: resumen (encabezamiento y título), acontecimientos principales, antecedentes (contexto e historia), consecuencias (acontecimientos o acciones consiguientes y reacciones verbales) y comentarios (evaluación y predicción). Para que exista el relato, solo son necesarios los dos primeros: el resumen y los acontecimientos principales.

Otro de los pioneros en proponer un esquema de la noticia es Bell (1991), quien habla de un «outline model structure of news texts» (1991: 23). Tomando como base a Van Dijk, este modelo se basa en eventos o episodios: «there can be a number of events or episodes. Follow-up and background categories can have episodes embedded into them. headline and lead pick up components from the story itself. Categories such as attribution or setting can be components of either an event or an episode» (Bell, 1991: 23).

Por su parte, González Rodríguez (2005) hace referencia, en su trabajo sobre el género en periódicos ingleses, al esquema de la noticia propuesto por White (1997a; 1997b), que sigue los modelos anteriores y consta de los siguientes elementos: una fase de apertura, compuesta por el titular y la entradilla, la *elaboration* del relato (él lo denomina *news story body*), la contextualización, las causas y efectos, la justificación y la valoración del relato.

Es interesante introducir en este punto la cuestión del orden de los acontecimientos. En cualquier texto narrativo, el autor se sirve de distintas técnicas para contar las acciones y los hechos que acontecen, como señalan Adam y Lorda (1999): el orden cronológico de las acciones de la secuencia narrativa puede corresponderse con la linealidad del texto, o no. Estos autores destacan que, de manera habitual, y si los relatos

son de cierta longitud, el orden queda distorsionado; sin embargo, «la estructura narrativa subyace en el texto y puede ser reconstituida» (1999: 134). También recalcan este aspecto Contursi y Ferro (2000: 62): «la trama narrativa se construye en una línea temporal que puede contener saltos, vueltas atrás y anticipaciones». Desde la vertiente del modelo narrativo de la noticia, Romero (1997) se refiere a estas alteraciones temporales como *anacronías*: «distintas formas de discordancia que se producen entre el orden de los acontecimientos en la historia y su colocación dentro del relato». Aquí es donde entra en juego la estructura marcada por la pirámide invertida o *estructura de la relevancia*, como la denomina Van Dijk (1990a):

El orden de los acontecimientos de los relatos periodísticos convencionales, determinado por la actualidad de los hechos, no se organiza según un orden temporal o casual, sino que se estructura seleccionando lo más reciente como lo más importante y relegando a un segundo plano los acontecimientos previos (los cuales casi siempre tienen un valor contextualizador) (Romero, 1997: 68).

La tradicional organización de la pirámide invertida ha sido, desde los inicios del periodismo, el modelo más utilizado en la rutina periodística. En la actualidad convive con distintos modelos organizativos de la noticia impresa e incluso muchos estudiosos han cuestionado su uso y su decadencia; sin embargo, ha sido con el auge de la prensa digital cuando ha demostrado su verdadera eficacia. El periodismo digital ha revitalizado este formato y lo ha ajustado al modelo hipertextual. Hoy en día, la pirámide invertida es el modelo privilegiado en el periodismo digital, mucho más que en el texto convencional, puesto que se ajusta al modelo perceptivo del texto digital, porque, como señala Franco en su libro sobre cómo escribir en la web (2007: 53), «la pirámide invertida ha persistido porque satisface las necesidades de los usuarios de los medios». Este autor hace hincapié en que esta estructura es la mejor para ofrecer información en Internet porque también permite que el usuario la vaya construyendo a través de los enlaces:

la idea es que en el instante (menos de un segundo, según el EyeTrack III) que un título capte la atención del usuario, este sea lo suficientemente elocuente para decirle de qué es la información o historia (aquí incluimos el audio y video, que normalmente son presentados por líneas de texto), para ver si vale la pena leerla, verla u oírla haciendo clic en el enlace (Franco, 2007: 53).

En la prensa escrita, Van Dijk (1990: 216) deja claro que la prensa (él especifica popular) combina una organización narrativa del mensaje periodístico con la estructuración de la relevancia. De hecho, concreta que en un relato periodístico con desarrollos históricos y relaciones de causa-efecto, un esquema narrativo podría resultar más efectivo para la comprensión y la evocación de la información, mientras que para la descripción de los acontecimientos actuales y sus consecuencias, puede resultar más relevante una organización del relato periodístico. A este respecto, señala que la efectividad de la organización estructural depende de la naturaleza del contenido.

Por tanto, defendemos que la extensión tiene que ver con el estilo más o menos narrativo de las noticias. La adición tiene que ver con la acumulación, con la suma de sucesos y eventos, por tanto, es algo intrínseco a la narración. Dentro de este estilo narrativo, hemos visto que el orden temporal de narración de los hechos puede o no ser cronológico. En definitiva, pensamos que el estilo narrativo no es incompatible con la pirámide invertida porque las noticias que siguen esta estructura siguen teniendo los mismos elementos que las que están contadas en forma cronológica, aunque en un orden distinto. De esta forma, creemos que en el uso de los conectores de la extensión no afectará tanto la estructura del relato como la naturaleza del contenido, es decir, la temática –determinada por la sección y por el tipo de medio– será la clave para establecer si una noticia es más o menos narrativa<sup>116</sup>. De esta forma, compartimos la afirmación de López Pan (1997: 22):

La pirámide invertida, en sentido estricto, solo hace referencia a cómo ordenar los distintos elementos de una noticia, sin tener en cuenta si son, por ejemplo, narrativos o expositivos. En principio, un periodista podría escribir una noticia de contenidos narrativos, explicativos o discursivos en pirámide invertida. Por lo tanto, la alternativa a la pirámide invertida no es la narración; sino un tipo de narración: por ejemplo, la que ordena los elementos narrativos en orden cronológico o la que lo hace de acuerdo con una estructura lógica en la que hay un principio, un medio y un final.

---

<sup>116</sup> López Pan (1997: en línea) admite que los textos informativos «se construyen siguiendo distintos órdenes de exposición: natural en unos casos, de relevancia, en otros, etc. Y también se podría decir que uno de esos órdenes es el predominante en los textos informativos, pero no el único. Desde luego, si las noticias tuvieran que seguir necesariamente la estructura en pirámide invertida, tendría razón Nuñez Ladevéze al hablar de un orden informativo. Ahora bien, ese orden informativo de relevancia se opondría al natural o cronológico, pero no necesariamente al narrativo, que puede presentar distintos órdenes».

De hecho, algunos estudios relacionan el orden temporal de los hechos con una mejor comprensión de la información. Así lo señala Van Dijk en su estudio de casos de noticias periodísticas (1990a), donde detectó que el uso de la estructura narrativa era efectivo para el procesamiento de la noticia por parte del lector. Por su parte, Vellón (2013a: 157) señala que «los conectores aditivos, en sus diferentes variantes, son muy frecuentes para establecer el marco expositivo-narrativo como una sucesión ordenada de los hechos, a partir de un modelo de conexión de menor exigencia cognitiva para el lector que las fórmulas de contraste y consecuencia».

Si esta hipótesis se confirma, debemos tener en cuenta que en nuestro corpus hemos incluido crónicas de las secciones de deportes y cultura. También deberemos considerar los estudios que han investigado las noticias de sucesos<sup>117</sup> y su «marcada tendencia a la literaturización» (Marauri *et al.*, 2011: 220).

Cabe introducir aquí otro concepto que entra en juego en este análisis: podemos encontrarnos con lo que Chillón y Bernal denominan «periodismo informativo de creación» (1985) o, lo que es lo mismo, las noticias de creación frente a las noticias directas, que siguen estrictamente la pirámide invertida. Este modelo de noticia está hoy en día institucionalizado en las secciones más amables de la prensa: sociedad, cultura o deportes suelen incluir textos que rompen con la pirámide invertida, que reconstruyen situaciones, retratan personajes y detallan ambientes y escenarios para acercar al lector a los hechos. La secuencia descriptiva toma, pues, valor en este tipo de noticias, en el que tiene cabida una libertad expresiva que en las noticias directas está mucho más limitada. Se trata, pues, de noticias que exigen lectores más preparados, que saben contextualizar, relacionar y contrastar los hechos, lo que no ocurre con las noticias directas, que están redactadas para evitar ambigüedades y para lectores con una actitud menos activa. De esta forma, la noticia de creación cumple tres objetivos: «entretener al lector, complementar la información de la noticia directa e incorporar nuevas formas de narración y lenguaje en periodismo» (Fontcuberta, 1993: 86). Desde el terreno textual, «son a la vez textos descriptivos, narrativos y argumentativos, y tienden a responder a las seis preguntas fundamentales. Desde un punto de vista formal, rompen con los géneros periodísticos tradicionales, ya que

---

<sup>117</sup> Entre otros, López Pan (1997: en línea) da cuenta de los numerosos autores que han considerado como ejemplos de noticias narrativas los relatos de incendios, desastres, crímenes y accidentes.



no están contruidos siguiendo la estructura de la pirámide invertida y la ley del interés decreciente» (Fontcuberta, 1993: 88).

En el análisis de la adición, se ha observado que predomina la adición pura (afirmativa y negativa) frente a la adversativa. Así pues, si observamos la Tabla 36, en todos los periódicos generalistas, los conectores propios de la adición adversativa se sitúan en cifras que oscilan entre los 320 y 370 casos por cada 100.000 palabras. En cambio, la adición pura se registra casi diez veces más que la adversativa, con una cifra de ocurrencias que ronda en todos los medios los 2.700 casos.

**Tabla 36.** Comparativa entre adición paratáctica positiva y negativa y adición paratáctica adversativa

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Adición positiva y negativa-</b> <i>y, asimismo, además, también, ni, ni siquiera, ni tan siquiera, tampoco</i>					
FA	24.820	17.830	16.626	17.842	16.653
FN	<b>2.744</b>	<b>2.710</b>	<b>2.782</b>	<b>2.756</b>	<b>2.796</b>
<b>Adición adversativa-</b> <i>pero, no obstante, sin embargo, por el contrario, ahora bien</i>					
FA	3.324	2.310	1.930	2.198	2.009
FN	<b>367</b>	<b>351</b>	<b>323</b>	<b>339</b>	<b>337</b>

Esta desventaja de la adición adversativa manifiesta que se trata de fórmulas que no son prototípicas en el tipo de texto narrativo-expositivo, sino que más bien son distintivas de los textos argumentativos, como señala Cuenca (1995: 27). Su aparición, sin embargo, es significativa y se justifica porque la noticia periodística, desde el punto de vista narrativo, no es únicamente un relato de unos hechos, sino también explica sus consecuencias, antecedentes o causas y, además, incorpora las valoraciones o puntos de vista de las fuentes de la información, es decir, «el periodismo narrativo es capaz de hacer algo más que transmitir la voz y el punto de vista del narrador. Puede llevarnos a las voces, las lógicas, las sensibilidades y los puntos de vista de los otros». (Hersscher, 2012: 30). Y es ahí donde entran en juego los conectores de contraste:

La narración exige siempre “saber más” que los puros datos de un acontecimiento. Narrar significa poner en relación hechos y personas, establecer causas y efectos, instalar un orden en todos esos elementos. Un orden que no siempre comparece en la realidad misma, sino que corresponde propiamente al texto, pero que al mismo tiempo evoca con precisión, respetándolo, lo verdaderamente acontecido. Un orden, en suma, que produce sentido para el lector (Sánchez, 2004: 229).

### 4.3.3. Adición y variación en el discurso periodístico

Para hablar de los resultados obtenidos en la extensión, debemos tener en cuenta dos aspectos implicados en este fenómeno, que transmiten información acerca de los estilos periodísticos del corpus analizado. Por un lado, desde un punto de vista de la dependencia o independencia oracional, la parataxis y la hipotaxis y, por otro, el tipo de extensión que se da en la cláusula: la adición de significados o la variación. Así pues, nos encontramos con un doble factor: la adición paratáctica e hipotáctica y la variación paratáctica e hipotáctica.

Según la clasificación de Halliday, en la adición paratáctica, desde el punto de vista morfológico, nos encontramos con conjunciones, locuciones conjuntivas y adverbiales, propias de lo que tradicionalmente conocemos como conjunciones coordinantes, mientras que en la variación paratáctica, nos hallamos ante distintas clases de palabras: locuciones, preposiciones, conjunciones y adverbios. Así, asumimos la propuesta de Halliday en la que adición significa «aportación de nueva información» y variación, «cambio de información». De esta forma, los elementos analizados con el programa de concordancias en este capítulo son los siguientes:

**Tabla 37.** Elementos analizados en la extensión con *Wordsmith Tools*

PARATAXIS	HIPOTAXIS
Adición positiva: <i>y, asimismo, además, también</i>	
Adición negativa: <i>ni, ni siquiera, ni tan siquiera, tampoco</i>	
Adición adversativa: <i>pero, no obstante, sin embargo, por el contrario, ahora bien</i>	Adición adversativa: <i>aunque</i> (valor adversativo, no concesivo), <i>mientras que</i>
Variación reemplazamiento: <i>por otra parte, por otro lado</i>	
Variación sustracción: <i>excepto, salvo</i>	Variación sustracción: <i>excepto que, salvo que</i>
Variación alternativa: <i>o, o bien</i>	

Así pues, si nos fijamos en el primer rasgo de la extensión, la adición, debemos tener en cuenta que en este se incluyen distintos elementos pertenecientes a distintas categorías gramaticales (desde la conjunción copulativa *y*, hasta la adversativa *pero*, incluyendo locuciones conjuntivas como *sin embargo* o adverbios como *además*). Lo interesante de la clasificación de Halliday es que aúna estos elementos dispares según su significado: la adición positiva (*y, asimismo, además y también*) indica una unión de palabras o cláusulas en sentido afirmativo; la adición negativa (aquí se incluyen la

conjunción copulativa *ni*, el adverbio *tampoco* y las locuciones adverbiales *ni siquiera* y *ni tan siquiera*) expresa una coordinación aditiva de vocablos, sintagmas u oraciones que denotan negación, precedida o seguida de otro u otros igualmente negativos. Por último, también se incluye en este grupo a la adición adversativa, propia de la conjunción *pero* y de las locuciones conjuntivas *no obstante*, *sin embargo*, *por el contrario* y *ahora bien*, todas ellas para contraponer a un concepto otro diverso o ampliativo del anterior.

En general, el corpus recoge un número extenso de conectores y marcadores de la relación lógico-semántica de la extensión (193.798 ocurrencias en total), si lo comparamos con los datos que ofrecía la elaboración paratáctica. Así pues, respecto a la adición paratáctica (Tabla 38), hay una tendencia que se cumple en todos los periódicos generalistas analizados. El número de ocurrencias registradas oscila en torno a los 3.100 conectores por cada 100.000 palabras de texto. La diferencia entre periódicos es mínima, aunque destacan dos: *El Periódico* y *El Mundo*. *El Periódico* registra el máximo número de casos con respecto al resto de cabeceras: una frecuencia normalizada de 3.133 conectores aditivos (entran en juego la adición positiva, la negativa y la adversativa). Por su parte, *El Mundo* recoge 3.061 conectores, siendo, de esta forma, el periódico que realiza un menor uso.

Por secciones, las diferencias son más acentuadas y podemos decir que todas las cabeceras siguen la misma dirección. Las secciones de política y economía son las que hacen un uso menor de la adición paratáctica. En todos los periódicos, excepto en la cabecera catalana en la que destaca la política, se sitúa en último lugar la temática económica en este orden –de más a menos–: *El Periódico* (3.008), *ABC* (2.852), *El País* (2.828), *El Mundo* (2.716) y *La Razón* (2.568). Entre las secciones que hacen un mayor uso de la adición paratáctica están, pues, cultura, deportes y sociedad. En tres cabeceras, *El Mundo*, *La Razón* y *El Periódico*, el mayor número se concentra en los contenidos culturales, mientras que en *ABC* y en *El País* son los periodistas deportivos los que más utilizan la adición paratáctica. Los contenidos sociales también obtienen cifras significativas, ocupando la segunda posición en dos de los medios analizados (*El Mundo* y *ABC*) y la tercera, en el resto de cabeceras generalistas.

**Tabla 38.** Adición paratáctica e hipotáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Adición paratáctica</b>					
<i>FA</i>	28.144	20.140	18.556	20.040	18.662
<i>FN</i>	<b>3.111</b>	<b>3.061</b>	<b>3.105</b>	<b>3.095</b>	<b>3.133</b>
<i>Sección +</i>	Deportes: 3.417	Cultura: 3.445	Cultura: 3.689	Deportes: 3.287	Cultura: 3.741
	Cultura: 3.230	Sociedad: 3.292	Deportes: 3.536	Sociedad: 3.280	Deportes: 3.231
	Sociedad: 3.078	Deportes: 3.023	Sociedad: 3.088	Cultura: 3.262	Sociedad: 3.028
	Política: 3.041	Política: 2.993	Política: 2.930	Política: 2.918	Economía: 3.008
<i>Sección -</i>	Economía: 2.828	Economía: 2.716	Economía: 2.568	Economía: 2.852	Política: 3.001
<b>Adición hipotáctica</b>					
<i>FA</i>	390	275	345	311	330
<i>FN</i>	<b>43</b>	42	<b>58</b>	48	55
<i>Sección +</i>	Economía: 70	Economía: 68	Deportes: 91	Economía: 78	Economía: 81
	Sociedad: 46	Política: 42	Economía: 65	Sociedad: 57	Deportes: 58
	Política: 40	Deportes: 41	Cultura: 62	Deportes: 45	Sociedad: 52
	Deportes: 36	Sociedad: 36	Política: 50	Política: 42	Política: 50
<i>Sección -</i>	Cultura: 32	Cultura: 27	Sociedad: 44	Cultura: 38	Cultura: 46

Por otro lado, para entender los resultados obtenidos, hay que tener en cuenta que en las secciones de deportes y cultura también se han incluido las crónicas que, como ya justificamos en la introducción de este trabajo, están a medio camino entre la información y la opinión, y son el género predilecto en el primer caso (las páginas de deportes están repletas de crónicas futbolísticas, por ejemplo) y una opción muy aprovechada para contar eventos culturales (desde conciertos hasta exposiciones de arte, festivales de cine o corridas de toros). Los elevados datos obtenidos en estas dos secciones corroboran que el contenido que se transmite, es decir, la temática, facilita el uso de un estilo más narrativo y, a la vez, menos complejo que en las secciones de economía y política. En los siguientes ejemplos, se observa ese estilo narrativo en la noticia sobre un accidente en el Mundial de Moto2 y en una crónica de un partido de fútbol:

- (69) Con el objetivo de cumplir un primer curso completo en el Mundial de Moto2, Alex Mariñelarena (Pamplona, 1992) quería demostrar un potencial del que ya hizo gala para apuntarse el subcampeonato de España en 2013. **Sin embargo**, tendrá que sacar lo mejor de sí ante un rival inesperado y duro que le surgió sin preaviso el jueves, mientras se preparaba a conciencia para atacar el primer gran premio del Mundial, en Qatar el 23

de marzo. Una grave caída le mantiene hospitalizado en Francia después de que los médicos decidieran inducirle un coma para tenerle más controlado **y** evitarle daños cerebrales graves. «Al principio quedó inconsciente, **pero** mientras le practicaban los primeros auxilios en la pista, Mariñelarena recuperó el conocimiento **e incluso** pudo hablar con los doctores. **No obstante**, una vez que fue trasladado al hospital Saint-Anne (Tolón) para hacerle más pruebas, se estableció inducirle un coma», informó su equipo, Tech3, a través de un comunicado, en el que también advertían de que no había más datos **y** que volverían a pronunciarse en cuanto se produjera una evolución en su estado. (L. M., «El piloto español Álex Mariñelarena, en coma tras una grave caída», *ABC*, 01-03-14, 56).

(70) El Granada no encontró su lugar en el campo **ni** su espacio en el partido. Lucas Alcaraz reaccionó pronto **y** retiró a Fatau por Foulquier. La ambición impulsó al Granada en la segunda mitad. A veces, un paso adelante **y** dos carreras de más se puede recobrar el aliento. La entrada de Riki fue un mensaje positivo para levantar la moral de la tropa. Por momentos pareció que anunciaba una invasión, con algunos remates de intimidación, **pero** a cambio cedió metros al contragolpe del Athletic, un arte con el que disfrutaban Herrera, Muniain **y** Susaeta. (Eduardo Rodríguez, «Aduriz pone en pie a San Mamés», *El País*, 01-03-14, 49).

Otra muestra de la adición paratáctica (y narración cronológica) en los contenidos culturales es la siguiente:

(71) La adaptación televisiva de la novela de Ildelfonso Falcones 'La catedral del mar' comienza a tomar forma **y**, poco a poco, van trascendiendo detalles sobre su desarrollo. **Pero** el horizonte estará más claro a partir del 31 de mayo, cuando se dé a conocer el nombre de los socios europeos que se sumen al proyecto. La miniserie –una coproducción de Atresmedia y Diagonal TV ( Isabel, Amar es para siempre)– parte con un presupuesto inicial que se sitúa en torno a los 12 o 13 millones de euros. **Además**, se grabará en inglés –con la mirada puesta en el mercado internacional– **y** constará de seis episodios de una hora en la versión para España, que emitirá A-3. (Olga Lerín, «'La catedral del mar' ya toma forma», *El Periódico de Catalunya*, 04-03-14, 69).

(72) El torero de Alicante desplegó su amplio capote con un tercero recortado **y** un punto anovilado. **Ni** las cuerdas en el caballo; Curro Javier majó dos pares monumentales. **Y** sobre la mano derecha concedió distancia **y** a media altura, por donde **también y** tan bien embestía el juampedro, encontró el ritmo. El último derechazo de la siguiente ronda fue colosal, como el eterno cambio de mano que rebotó despaciosidad con el pecho henchido. (Zabala de la Serna, «Gloria y contraste del arte y el estilismo», *El Mundo*, 16-03-14, 54)

Por su parte, los datos recogidos en el área de sociedad confirman la tendencia a la narrativización de la información en las noticias de corte social, como indica Martini (2000: 22):

La forma narrativa es una manera de acercarse más al lector. En este momento se asiste a una cierta narrativización de las noticias más duras, favorecida por la fuerza narrativa de la imagen televisiva y también por un crecimiento de las narraciones particulares. A diferencia del estilo informativo, la narración apela a las anécdotas, secuencias laterales, descripciones, y notas de color. El uso del estilo

narrativo, más propio de las noticias sobre la vida cotidiana y el delito, incluye la descripción que contribuye a la verosimilitud, y que subraya la fuerza del referente.

A continuación, podemos ver un fragmento en el que predomina esa vertiente narrativa, que incluye la descripción, en una noticia sobre el cáncer infantil:

(73) La quimioterapia tiene una duración de seis meses, **pero** su composición es tan específica que no causa ninguno de los efectos secundarios habituales en los tratamientos oncológicos. «A estos niños no se les cae el pelo, no les bajan las defensas inmunológicas **y** no precisan transfusiones sanguíneas», describe Chantada. Su objetivo ahora, explica, es conseguir una quimioterapia que proteja **y** conserve la capacidad visual del ojo enfermo. Muchos de los niños tratados hasta ahora han perdido la visión del órgano tratado, **aunque** no todos como sucedía cuando eliminar el tumor implicaba enuclear el ojo al completo. El servicio oncológico del Sant Joan de Déu que aplica esta innovadora terapia combina investigación **y** tratamiento, lo que permite trasladar de forma inmediata a los pequeños enfermos los avances que se considera les pueden serles beneficiosos. El oncólogo Guillermo Chantada, de reconocida pericia, vive **y** trabaja en Argentina, **y** se desplaza periódicamente a Barcelona para atender a sus pacientes del Sant Joan de Déu. (Àngels Gallardo, «Bebés con los ojos a salvo», *El Periódico de Catalunya*, 04-03-14, 39)

Por otro lado, la utilización de los recursos narrativos en la noticia periodística también contribuye a la credibilidad de la información y a la retórica de la objetividad, es decir, como señala Villanueva (1994: 373), «la inserción de planos descriptivos y de escenas dialogadas crea un efecto de «vivido» y «percibido», relacionado con el efecto de inmediatez y con la búsqueda de legitimación del discurso periodístico». Así de explícito es el *Libro de Estilo de El Mundo* (1996: 20):

Narrar o, mejor aún, mostrar, en vez de explicar. Es la primera norma general de un texto bien redactado. En el extremo opuesto de esa cualidad, la de dejar que la historia salte hacia el lector y lo capture, está la escuela taquigráfica, el estilo seco y plúmbeo. Este se solía identificar con las agencias informativas y todavía hoy goza de algún prestigio en España porque se considera como «anglosajón», es decir, «serio» y «objetivo». Pero no deja de ser una forma de aburrir al lector y despegarlo de la realidad que se pretende contarle.

Cuando el redactor muestra, deja de actuar como intermediario entre la información y el lector, e introduce directamente a este último en la situación.

Melvin Mencher, veterano profesor de redacción de la Universidad de Columbia, daba (en *News reporting and writing*, Wm. C. Brown, Dubuque, 1984) el ejemplo de dos versiones de un mismo funeral, el de un niño trágicamente muerto por disparos de un francotirador. Un periodista escribía: «Los afligidos padres lloraban durante la ceremonia». Y el otro: «Los padres lloraban calladamente. La señora Franklin se apoyaba en su marido para no caer». En el primer artículo se nos explica que los padres estaban «afligidos»; el segundo nos muestra esa aflicción.

A los datos de la adición paratáctica también se suman las noticias necrológicas u obituarios, agrupadas en la sección de sociedad<sup>118</sup>. Se trata de un género informativo, según el manual de estilo de *El Mundo*, cuyo principal contenido es la biografía de la persona fallecida, aunque en ocasiones puede incluir valoraciones si se trata de artículos de encargo a personas allegadas al fallecido. De hecho, Pardo (2016: 201) habla de dos tipos de necrológicas: las de cariz informativo, escritas por los redactores del periódico en las secciones destinadas a ellas, y las de cariz opinativo, realizadas por allegados o personas ajenas a la redacción y que pueden aparecer en cualquier sección. Si nos fijamos en las primeras, estudio de este trabajo, la narración cronológica de la vida y obra de la persona muerta es la base de toda noticia necrológica:

Las necrológicas con una intención más informativa descansan su estructura en la cronología de la vida del fallecido, que suele ir precedida de las circunstancias que ha rodeado la muerte y acompañadas de opiniones valorativas de personas que lo conocían [...]. El recurso narrativo más usado en los artículos necrológicos es la evocación de la vida u obra del fallecido a través del relato de algunos hechos definitorios o de la mención de la obra y su repercusión en el entorno de que se trate (Pardo, 2016: 266).

Así pues, no es extraño encontrar elementos de la adición paratáctica en fragmentos como estos:

- (74) Los tiempos han cambiado mucho, **pero** él mismo aseguraba que «aunque ahora recibimos la noticia de lo que ocurre» ésta antes, «también ocurría». La ciudad que le vio nacer en 1943 lamenta ahora su pérdida. Estaba casado **y** era padre del pintor Edgar Plans. Tenía **además** otros dos hijos (Patricia del Gallo, «La voz de lo 'Sobrenatural'», *El Mundo*, 08-03-14, 20).
- (75) Los soldados de élite iban vestidos con uniformes de la División Azul **y** durante semanas fueron recopilando información. Lo tenían todo preparado. Sabían cuántos escalones había desde la calle al despacho de Von Rheitel. **Y** Piera era quien debía ejecutarlo. **Sin embargo**, el avance de las tropas soviéticas del primer frente bielorruso, al mando del mariscal Rokossovski, forzó la retirada alemana **y** frustró la operación. (Francesc Valls, «Sebastià Piera, histórico del PSUC y soldado de élite», *El País*, 13-03-14, 45).
- (76) Fue internacional con la Selección en 48 partidos, **y** ganó tres copas de España con el Joventut de plata, **y** los Juegos del Mediterráneo de Barcelona 1955, en los que España se proclamó campeona. **Asimismo**, participó en el Eurobasket de 1959. (L.R.N., «Miembro del 'huracán verdinegro' del Joventut», *La Razón*, 04-03-14, 60).

---

<sup>118</sup> Como ya señalamos en la introducción de este trabajo, en los periódicos en los que hay una sección dedicada a las noticias necrológicas, esta la hemos incluido en el área temática de sociedad. No obstante, cabe señalar que también hemos encontrado un número –aunque menor– de noticias de este tipo ubicadas en otras secciones, según el cargo o profesión de la persona fallecida (si es un cineasta, aparece en cultura; si es político, en política). La razón es sencilla: como explica Pardo en su tesis doctoral acerca de este poco estudiado género (2016), las noticias necrológicas dan cuenta de las muertes que no son noticia. Cuando aparecen en las páginas de información general, es porque sí lo son.

- (77) Durante toda su vida escribió, **además**, ensayos místicos, poesía, una autobiografía titulada «No morirás de cáncer» **y** diversos escritos de carácter filosófico, ético **y** político. En sus últimos años continuó trabajando **y** publicando sus ideas que incluían también algunos inventos para industrias no farmacéuticas. El Dr. Gosálvez deja esposa, tres hijos **y** siete nietos, **además de** todo el cariño de innumerables familiares, amigos **y** conocidos a quienes tanto ayudó con su generosidad sin límite. (Elena Gosálvez Blanco, «Una vida dedicada a curar el cáncer», *ABC*, 21-02-14, 86).

El estilo narrativo de la noticia también incorpora, como ya hemos señalado, el discurso de los protagonistas, a través de secuencias dialógicas en estilo directo e indirecto. Una de las premisas del periodismo, y así lo estipulan los principales manuales de estilo, es el contraste de la información mediante la consulta a todas las partes en conflicto o a los máximos actores o testigos del acontecimiento noticiable. De esta forma, los conectores de contraposición tienen un gran peso en la información para introducir los distintos puntos de vista, como se observa en estos ejemplos:

- (78) Una investigación publicada esta semana en la revista *New England Journal of Medicine* arroja un poco de luz en este sentido, aunque probablemente tampoco dará por zanjada la cuestión. Según sus datos, la técnica genética tiene un mejor valor predictivo y proporciona una tasa menor de falsos positivos que el cribado estándar que actualmente se realiza en la práctica clínica, por lo que «debería considerarse seriamente como un método primario de screening». **Sin embargo**, los especialistas consultados por EL MUNDO señalan que hay varios matices a tener en cuenta antes de pensar en la generalización de la técnica como patrón de diagnóstico. (Cristina G. Lucio, «Un test más eficaz para detectar el Down», *El Mundo*, 27-02-14, 52).
- (79) En la misma sesión acabó de declarar Charl Johnson, uno de los vecinos de la vivienda donde murió Steenkamp y que, aseguró, escuchó gritos de mujer pidiendo auxilio antes de oír los “cinco o seis disparos”, aunque en realidad fueron cuatro los tiros. Johnson es marido de la mujer que afirmó que se despertó por esos gritos que le “helaron la sangre”. **No obstante**, su esposo aseguró que fue él quien le alertó de los ruidos. (Marta Rodríguez, «Pistorius, el atleta de ‘gatillo fácil’ que asustó a sus amigos», *El País*, 06-03-14, 37).

Por otra parte, los resultados obtenidos corroboran que las secciones menos narrativas son las de política y economía. De hecho, se trata de temáticas en las que predomina el estilo expositivo en tres vertientes: la divulgativa, la administrativa y la declarativa. En primer lugar, se ratifica que la temática económica se basa en un estilo expositivo-divulgativo, mientras que a los contenidos políticos se les atribuye un «estilo administrativo» (Hernando, 1994: 152-154) y un estilo discursivo, debido a las «noticias declarativas» (Salaverría, 2002), informaciones basadas en el discurso de las fuentes y procedentes de ruedas de prensa, comparecencias, comunicados, sesiones parlamentarias o debates de los actores políticos y representantes de las instituciones. De esta manera, como señala López Pan (1997: en línea):



Solo algunas noticias pueden considerarse narrativas; esencialmente aquellas en las que hay una historia que contar: una serie de acontecimientos y acciones –protagonizados por unos personajes–, que cambian una situación inicial. Y, desde luego, ni las noticias discursivas ni las expositivas presentan esa historia, requisito imprescindible de toda narración.

Respecto a las noticias económicas, queda claro que el contenido que transmiten no entra en el terreno de la narración: no se trata de relatar el acontecer de unos hechos, sino de explicarlos, de manera que aparecen en escena otros conectores propios de la exposición y de la divulgación. En cuanto a las noticias políticas, las rutinas productivas y la especial relación del periodista con las fuentes obligan a que este sea un experto en una materia que, por un lado, se nutre constantemente de la voz de las distintas sensibilidades políticas, y, por otro, requiere ser explicada en profundidad (Enguix, 2015: 124):

Ningún periodista puede alcanzar un nivel de calidad informativa diaria en el área de información política de un medio de comunicación, especialmente escrito, si no posee un elevado conocimiento de la materia con la que se trabaja y un estrecho contacto con las fuentes políticas. Lo que obliga a deducir que es la propia dinámica productiva la que constituye por sí misma un ejercicio de “profundidad” informativa y permite, en los géneros noticia o crónica principalmente, tratar el *porqué* de un hecho informativo político.

Como señala Núñez Ladevéze (1999: 116), las informaciones políticas más importantes se refieren generalmente a declaraciones de los líderes de opinión. Se trata, por tanto, de una situación comunicativa peculiar en la que se imbrican los dos lenguajes: el político-administrativo y el periodístico, algo que «contradice la exigencia de claridad y naturalidad que se reclama para la redacción periodística» (Vellón, 2014b: 20):

El principal reflejo del citado estilo se observa en la burocratización del discurso como expresión de una ideología lingüística. En su materialización textual, este imperativo del discurso se proyecta sobre un estilo lingüístico marcado por la reproducción de lo que Núñez Ladevéze denomina «lenguaje oral precautorio» (1999: 124), es decir, las estrategias encaminadas a garantizar la continuidad del discurso a través de procedimientos de cohesión que afectan tanto a la conexión de los enunciados como a la selección e innovación léxica, con el fin de garantizar la impresión de seguridad, de precisión comunicativa y de confianza en un mensaje (Vellón, 2014b: 20).

Así pues, llegados a este punto nos parece interesante plantear la siguiente cuestión: por un lado, los nexos de contraste son un rasgo del estilo narrativo de las

noticias porque sirven para incorporar las voces de los protagonistas del relato; por otro, hemos comentado que las noticias de corte político, de estilo expositivo, se caracterizan por una relación muy marcada con las fuentes informativas. ¿Debemos entonces entender que el uso de los conectores de contraste será también en este último caso elevado? Para responder a esta pregunta, hemos considerado comparar de manera particular –y sin tener en cuenta la adición paratáctica como conjunto– la adición adversativa. De esta forma, los resultados obtenidos se pueden ver en la Tabla 39:

**Tabla 39.** Adición paratáctica adversativa. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Adición paratáctica -adversativa- pero, no obstante, sin embargo, por el contrario, ahora bien</b>					
<i>FA</i>	3.324	2.310	1.930	2.198	2.009
<i>FN</i>	<b>367</b>	<b>351</b>	<b>323</b>	<b>339</b>	<b>337</b>
<i>Sección +</i>	Sociedad: 399	Sociedad: 427	Deportes: 507	Deportes: 455	Deportes: 386
	Deportes: 390	Deportes: 409	Cultura: 465	Cultura: 373	Cultura: 350
	Cultura: 387	Cultura: 382	Sociedad: 319	Sociedad: 326	Economía: 336
	Política: 348	Economía: 340	Política: 264	Política: 315	Política: 332
<i>Sección -</i>	Economía: 321	Política: 317	Economía: 170	Economía: 220	Sociedad: 298

Los datos recogidos en la adición adversativa no difieren en exceso de los datos conjuntos de la adición. Las secciones de política y economía son las que hacen un menor uso, unas frecuencias normalizadas que oscilan entre los 170 y los 350 casos. Por tanto, la respuesta a la pregunta que planteábamos es que, en la sección de política, a pesar de que los periodistas escriben sus textos basándose en las declaraciones de los políticos, no hacen un gran uso de los conectores de contraste, si lo comparamos con lo que ocurre en las demás secciones. Esto demuestra que en las temáticas con estilos más narrativos – deportes, cultura y sociedad– son habituales los conectores de contraste, en virtud de la retórica de la objetividad, donde los juicios de valor se ponen en boca de las fuentes de información y el periodista se convierte en un mero relator de lo sucedido. Como explica Vellón (2014b: 199), la retórica objetivadora:

se caracteriza por el uso habitual de recursos estilísticos y marcas del discurso cuya finalidad es fomentar la imagen de imparcialidad en el relato informativo y reforzar su credibilidad. Se trata, por tanto, de mecanismos que constituyen un ritual expresivo, fuertemente arraigado en la competencia comunicativa y profesional de los redactores, con el objetivo de plantear una estrategia de

legitimación que pasa por fijar la imagen de neutralidad y de objetividad en la construcción de la realidad informativa como signo de prestigio.

Si observamos ahora los datos de la adición hipotáctica (Tabla 38) –se trata de *aunque* y *mientras que* con valor adversativo–, nos encontramos, primero, con un número menor de ocurrencias (el rango va de los 42 casos de *El Mundo* a los 58 de *La Razón*). Lo más significativo de los datos registrados es que, a diferencia de lo que ocurría con la adición paratáctica, en la adición por subordinación, en todos los periódicos, excepto en *La Razón*, es el área de economía la que recoge más ocurrencias. En este último periódico es la temática deportiva la que más conectores concentra: 91 por cada 100.000 palabras. En los demás casos, en las secciones de economía, el resultado es el siguiente –de más a menos–: *El Periódico* (81), *ABC* (78), *El País* (70) y *El Mundo* (68). La sección de política, que en la adición paratáctica se encontraba entre las secciones con menor uso en conectores del tipo, sigue ocupando una posición secundaria en la adición hipotáctica. A falta de analizar los demás mecanismos hipotácticos, de estos datos podemos extraer que la sección de economía utiliza una sintaxis más compleja, en principio, que el resto de secciones. Por el contrario, las informaciones de temas culturales no destacan en la utilización del *aunque* y *mientras que* con valor adversativo, pues en cuatro de las cinco cabeceras analizadas esta sección registra las frecuencias normalizadas más bajas: *El Periódico* (46), *ABC* (38), *El País* (32) y *El Mundo* (27).

Por otra parte, respecto a la variación, cabe decir que los datos obtenidos en la variación hipotáctica (Tabla 40) no son reseñables, debido a los pocos casos registrados. Lo único que manifiesta esta situación es que los periodistas no suelen utilizar las conjunciones *salvo* y *excepto* con valor subordinante en sus informaciones. Sí lo hacen, en cambio, para enlazar elementos independientes.

Así pues, se agrupan en la variación paratáctica la variación por reemplazamiento (*por otra parte, por otro lado*), la variación por sustracción (*excepto* y *salvo*) y la variación por alternativa (*o, o bien*). El factor de la variación –sobre todo la variación por reemplazamiento– está relacionado con la progresión de la información y, más concretamente, con los constantes cambios de tema en la estructura informativa de la noticia. Como señalan Franco y Casanova (2006: 76): «la progresión temática es un mecanismo fundamental para la contextualización y cohesión en el texto. A la información

conocida se suma información nueva para dar continuidad y avance al texto». Se trata de un elemento necesario en la producción textual:

La reflexión sobre la arquitectura informativa del texto parte del análisis del proceso de producción textual, en el que no solo tienen importancia los contenidos semánticos elegidos y las relaciones lógicas que se establecen entre ellos en el nivel oracional, sino también la articulación textual de dichos contenidos, la disposición secuencial de la información –con especial atención a la supuesta relación entre esa información y el estado de conocimientos y creencias del destinatario– y el modo como la información va progresando en el texto (Borreguero y López Serena, 2011: 195).

Podemos ver, a continuación, algunos ejemplos del corpus que muestran la utilización de los conectores *por otra parte* o *por otro lado* para introducir alguna nueva información, relacionada o no con el tema principal de la noticia:

- (80) **Por otra parte**, durante la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros, Renzi anunció una reducción de 10.000 millones de euros en impuestos que afectará a los trabajadores que ganen menos de 1.500 euros al mes. (Darío Menor, «El bipartidismo sienta las bases de la Italia de Renzi», *La Razón*, 13-03-14, 24).
- (81) **Por otro lado**, el presidente de Iberdrola, Ignacio Sánchez Galán, cobró 6,16 millones de euros y recibió 305.000 acciones valoradas en 1,27 millones el año pasado. (M. Á. Patiño, «Bonus por objetivos para 350 directivos», *Expansión*, 22-02-14, 4).
- (82) **Por otro lado**, Vodafone podría sumarse a los más de veinte operadores que apoyan el ecosistema Firefox. La operadora británica podría convertirse en su nuevo socio. (S. M./ M. J., «Telefónica confía en Facebook para traer WhatsApp a Firefox OS», *Cinco Días*, 24-02-14, 9).
- (83) **Por otra parte**, ayer trascendió que el presidente de la Diputación de Valencia, Alfonso Rus, presentó hace un año a la empresa austríaca Red Bull una propuesta para que asumiera la construcción del nuevo Mestalla a cambio del patrocinio del campo y la explotación de parte de la zona comercial. (X. Canals, «Jonas enturbia el trámite», *Sport*, 27-02-14, 26).

En la información periodística, es interesante el estudio de Thorndyke (1979), quien investigó la eficacia de la organización textual para la adquisición de conocimiento por parte del lector de noticias. Una de las conclusiones de este autor, que se especializó en el procesamiento del conocimiento en distintos tipos de texto, es que las noticias impresas, al realizar cambios frecuentes de tema, necesitan la repetición de la información previamente establecida, puesto que es necesaria para identificar los referentes y los contextos de la nueva información: «the repetition presumably facilitates comprehension by facilitating the integration of the new information with previously stated, or "given" information» (1979: 69). Así pues, en el factor de la variación, son significativos los datos obtenidos en la variación paratáctica.

La sección de sociedad es, en todos los casos, la que más ocurrencias recoge. Destaca *El País*, con 380 casos, frente a *ABC* y *El Periódico*, los que menos casos registran, con 257 y 258 ocurrencias, respectivamente. La temática cultural ocupa la segunda posición, con cifras que varían de 218 a 311 ocurrencias. También en esta temática es el periódico *El País* el que registra más conectores de este tipo. En este sentido, cabe señalar que la variación obedece a procesos de elaboración textual de una cierta complejidad, sobre todo, a la operación de reorientar la focalización del interés temático, lo que afecta a la diversidad de discursos: a la exposición, para introducir nuevos itinerarios informativos; a la descripción, con el fin de mostrar las diferentes vertientes de una referencia; al punto de vista, para transmitir la imagen de globalidad en la perspectiva; al discurso reportado, con vistas a reflejar, de modo directo o indirecto, las diversas posiciones sobre un tema. Además, desde el punto de vista de la conexión entre enunciados, su carácter distribucional y dual le permite conectar ideas muy diversas, o vinculadas por nexos temáticos, temporales, etc.

Este carácter textual complejo aparece con mayor frecuencia en las secciones en las que se precisa una mayor elaboración de la materia informativa, sobre todo en el periodismo actual, una de cuyas singularidades proviene de su tendencia a formas más desarrolladas de discurso frente al carácter sintético y de impacto visual que persigue la información digital. Entre estas secciones, destacan las de sociedad y cultura en la mayoría de los medios, secciones con textos muy diversos, en los que cobra relevancia la dimensión multidisciplinar y, a la vez, la diversidad de puntos de vista, de enfoques descriptivos, de mención de fuentes y de protagonistas, de modelos comparativos, etc. El carácter novedoso, de texto informativo dinámico, ajustado al relato exclusivo del emisor, es más propio de otras secciones como la deportiva. Precisamente, en todas las cabeceras, excepto en *La Razón*, que se sitúa en tercer lugar, el área de deportes ocupa la última posición en cifras que no sobrepasan las 200 ocurrencias por cada 100.000 palabras de texto, como se observa en la Tabla 40:

**Tabla 40.** Variación paratáctica e hipotáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Variación paratáctica (por otra parte, por otro lado, excepto, salvo, o, o bien)</b>					
<i>FA</i>	2.286	1.501	1.315	1.377	1.230
<i>FN</i>	<b>253</b>	<b>228</b>	<b>220</b>	<b>213</b>	<b>207</b>

<i>Sección +</i>	Sociedad: 380	Sociedad: 298	Sociedad: 271	Sociedad: 257	Sociedad: 258
	Cultura: 311	Cultura: 295	Economía: 249	Cultura: 218	Cultura: 224
	Política: 205	Economía: 256	Deportes: 219	Economía: 215	Política: 208
	Economía: 200	Política: 202	Cultura: 214	Política: 197	Economía: 204
<i>Sección -</i>	Deportes: 192	Deportes: 195	Política: 197	Deportes: 187	Deportes: 135
<b>Variación hipotáctica (salvo que, excepto que)</b>					
<i>FA</i>	5	6	8	9	1
<i>FN</i>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	-
<i>Sección +</i>	Política: 1	Política: 2	Sociedad: 3	Sociedad: 3	Sociedad: 1
	Economía: 1		Política: 1	Política: 2	
			Economía: 1		
<i>Sección -</i>			Deportes: 1	Deportes: 1	

En cuanto a los datos de la prensa especializada (Tabla 41), es notable la diferencia observada en ambas temáticas, pero es insignificante, en cambio, la registrada entre medios de la misma temática: en los deportivos los números oscilan entre los 3.200 y 3.600 casos; en los económicos la cifra es inferior: de 2.600 a 2.800 ocurrencias. Por un lado, el periódico *As* es el que más adición paratáctica registra, con una cifra de 3.606 ocurrencias por cada 100.000 palabras, una cifra que contrasta con el resultado que registra el periódico económico *Cinco días*: 2.640 conectores.

En la variación paratáctica, son los periódicos económicos los que más usan este recurso. Así, al contrario de lo que ocurre con la adición paratáctica, en este caso son los periódicos económicos los que mayoritariamente emplean esta forma: 258 casos, frente a los 152 del periódico deportivo con más pocos casos recogidos; es decir, hay una diferencia del 41%, un resultado que está en consonancia con lo expuesto anteriormente. La diferencia entre los dos medios económicos es mínima, lo que corrobora que en la extensión influye más la temática de la información que la línea editorial del medio.

Tabla 41. Adición y variación. Periódicos especializados

Tipo de medio	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco días
<i>Nº de palabras</i>	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
<b>Adición</b>					
<i>Parataxis</i>					
<i>FA</i>	11.165	28.004	13.523	11.639	8.310
<i>FN</i>	<b>3.606</b>	<b>3.213</b>	<b>3.252</b>	<b>2.768</b>	<b>2.640</b>
<i>Hipotaxis</i>					
<i>FA</i>	189	683	377	321	201
<i>FN</i>	<b>61</b>	<b>78</b>	<b>91</b>	<b>76</b>	<b>64</b>
<b>Variación</b>					
<i>Parataxis</i>					
<i>FA</i>	470	1.416	648	1.068	811

	<i>FN</i>	<b>152</b>	<b>162</b>	<b>156</b>	<b>254</b>	<b>258</b>
<i>Hipotaxis</i>						
	<i>FA</i>	5	14	8	12	3
	<i>FN</i>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>						
	<i>FA</i>	11.829	30.117	14.556	13.040	9.325
	<i>FN</i>	<b>3.820</b>	<b>3.456</b>	<b>3.501</b>	<b>3.101</b>	<b>2.962</b>

Tampoco hemos visto diferencias entre las distintas modalidades de periódico – generalistas y especializados–. En este sentido, una conclusión clara es que en los resultados de la extensión influye más la temática que la modalidad, ya que no se han registrado diferencias en la comparativa entre las secciones de los generalistas con respecto a los periódicos especializados.

A este respecto, podemos establecer un paralelismo con los resultados obtenidos en las secciones de los medios generalistas (Tabla 42). Si en la elaboración había diferencias importantes entre las secciones deportivas y económicas de los medios de información general y de los especializados, en la extensión no existe tal distinción. Los datos dejan claro que los periódicos económicos no se caracterizan por el estilo narrativo: 2.713 ocurrencias registradas por cada 100.000 palabras. La temática que destaca es la deportiva, con 3.300 casos encontrados, un 18% más que en los periódicos especializados en economía. En la adición hipotáctica, la diferencia no es tan contundente. De hecho, los resultados obtenidos en los dos tipos de prensa especializada son similares: 78 en los deportivos y 71 en los económicos, una diferencia poco perceptible. El dato de los periódicos generalistas, en cambio, es significativo: la adición hipotáctica es un recurso secundario para explicitar el contraste en unos medios destinados a un público más amplio y heterogéneo.

**Tabla 42.** Extensión. Comparativa tipos de medios (FA y FN: ocurrencias/100.000)

<b>Tipo de medio</b>		<b>Generalista</b>	<b>Deportivo</b>	<b>Económico</b>
<i>Nº de palabras</i>		3.403.138	1.596.926	735.237
<b>Adición</b>				
<i>Parataxis</i>				
	<i>FA</i>	105.542	52.692	19.949
	<i>FN</i>	<b>3.101</b>	<b>3.300</b>	<b>2.713</b>
<i>Hipotaxis</i>				
	<i>FA</i>	1.651	1.249	522
	<i>FN</i>	<b>49</b>	<b>78</b>	<b>71</b>
<b>Variación</b>				

<b>Parataxis</b>			
FA	7.709	2.534	1.879
FN	<b>227</b>	<b>159</b>	<b>256</b>
<b>Hipotaxis</b>			
FA	29	27	15
FN	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>			
FA	114.931	56.502	22.365
FN	<b>3.377</b>	<b>3.538</b>	<b>3.042</b>

En lo concerniente a la variación paratáctica, es el modelo económico el que resalta, con 256 casos por cada 100.000 palabras. En el lado opuesto, los medios especializados en deportes son los que hacen un menor uso de este fenómeno textual, con una frecuencia normalizada de 159 ocurrencias. En este sentido, en la temática deportiva se constatan unas conclusiones parecidas a las de la sección de deportes de los periódicos generalistas, donde esta área destacaba por ser la que menos uso hacía de la variación paratáctica. Sin embargo, sí hay diferencias en los resultados de la variación paratáctica en la temática económica. En las cabeceras generalistas, la sección de economía no resalta ni por exceso ni por defecto, ni responde a una dinámica clara, pues en cada cabecera se sitúa en una posición, aunque sí es cierto que las frecuencias normalizadas obtenidas superan los 200 casos en todas las cabeceras. Destaca, por número de ocurrencias, *El Mundo*, con 256 casos; sin embargo, el área de economía aparece en tercer lugar con respecto a su uso en comparación a las otras secciones. Por posición, resalta *La Razón*, con 249 casos, donde la sección de economía se ubica en segundo lugar.

#### 4.3.4. Usos estructural y cohesivo de las conjunciones *y* y *pero*

Llegados a este punto del análisis, consideramos relevante hacer un breve estudio del uso de las conjunciones *y* y *pero*. Pretendemos, con ello, profundizar en sus usos estructural y cohesivo; esto es, en su uso oracional y sintagmático, por un lado, y en su uso textual, por otro lado. Sobre este tema es referencia la obra de Castellà (2002: 423), quien analiza estos valores en conjunciones que introducen oraciones que no están sintácticamente relacionadas con la anterior. Para este cometido, Castellà tiene en cuenta



una serie de variables<sup>119</sup> que en este trabajo son difíciles de reproducir, por el tamaño del corpus y el sistema de búsqueda. Por esa razón, nos hemos limitado a la búsqueda de dichas conjunciones situadas a continuación de dos signos de puntuación de rango superior: el punto y seguido y el punto y aparte. Así pues, nos referimos a un uso textual cuando la conjunción aparece entre oraciones o fragmentos de texto independientes, dentro del mismo párrafo (ejemplo 84) o introduciendo un nuevo párrafo (ejemplo 85):

(84) Empezó como becario en Bankinter en los coletazos de la década de los setenta. La beca era de tres meses, cumplidos los cuales tuvo que, como era lo normal, dejar el banco, aunque lo cierto es que su paso por esta entidad fundada hace medio siglo por Banco Santander y Bank of America dejó huella. **Pero** no le dio tiempo a asimilar su salida cuando le contrató precisamente el socio internacional de Bankinter, Bank of America. (Ángeles Gonzalo, «El banquero sin activos tóxicos», *Cinco días*, 01-03-14, 40).

(85) Por su parte, los socialistas de Rubalcaba no consiguen remontar sus cifras de votantes y respecto al mismo barómetro del CIS apenas logran 0,1 puntos más. Es decir, el PSOE pasaría del 26,6 por ciento de los votos que el CIS le otorgaba al 26,7 (5.560.000 votantes), esto es, 0,1 puntos más, lo que demuestra que días después del tenso debate la táctica de los socialistas de desprestigiar y atacar las medidas puestas en marcha por el Gobierno del PP no ha dado resultado.

**Pero** entre todas las formaciones, la que más beneficios ha sacado ha sido Izquierda Unida. Si el CIS pronosticaba en enero que lograría el 11,3 por ciento de los sufragios válidos, actualmente la encuesta les otorga el 12,1 por ciento (2.510.000 votos), lo que supone un aumento de 0,8 puntos. (Lorente Ferrer, «El PP gana 0,5 puntos y el PSOE sólo una décima en intención de voto», *La Razón*, 02-03-14, 12).

En primer lugar, con respecto al uso de la conjunción copulativa y de la adversativa en los periódicos generalistas, cabe señalar la concordancia de los resultados registrados en todas las cabeceras: a proporción, es mayor el uso cohesivo de *pero*. En todos los medios la conjunción *pero* adquiere valor textual en unos porcentajes cercanos al 30%, mientras que la conjunción copulativa se usa muy poco con valor cohesivo: en *La Razón* y *ABC*, el 4% de las apariciones de *y* son después de punto; en *El País* y *El Mundo*, el 5%; y en *El Periódico*, el 6%.

---

<sup>119</sup> En el análisis de la lengua escrita, Castellà (2002: 423-424) considera como variables las siguientes: a) la conjunción se sitúa inmediatamente después de punto y seguido, punto y aparte, punto y coma, dos puntos, signo de interrogación, signo de exclamación, guiones y paréntesis; b) la conjunción introduce una pregunta; c) la conjunción aparece en el momento de un cambio de tema; d) la conjunción se sitúa al inicio de un inciso; e) la conjunción va acompañada de uno o varios marcadores discursivos.

**Tabla 43.** Uso estructural y cohesivo de las conjunciones *y/pero*. FA y % sobre el total en periódicos generalistas

Tipo de medio		El País		El Mundo		La Razón		ABC		El Periódico	
<i>Nº de palabras</i>		904.610		657.876		597.605		647.455		595.592	
		FA	%	FA	%	FA	%	FA	%	FA	%
<i>y</i>	Estructural	19.259	95	14.365	95	13.654	96	14.671	96	13.367	94
	Cohesiva	1108	5	829	5	613	4	660	4	812	6
<i>pero</i>	Estructural	1910	66	1.297	66	1.149	72	1.274	70	1.184	68
	Cohesivo	941	33	637	33	457	28	551	30	545	32

Si nos centramos en el valor cohesivo de *y* por secciones temáticas, nos encontramos con unos resultados similares en la mayoría de periódicos. Por un lado, en cuatro de las cabeceras de análisis, el área de cultura es la que obtiene el porcentaje más alto con respecto al total de apariciones de la conjunción. Destaca, especialmente, el diario *El País*, con un 10%; le siguen *El Periódico* (9%), *El Mundo* (8%) y *ABC* (6%). Sin embargo, el área de economía es la que menos casos registra de *y* con valor cohesivo. En *El Mundo*, el 4% de registros de la conjunción copulativa corresponden a un uso textual, mientras que en *La Razón* ese porcentaje es insignificante (un 1%). Intrascendentes son también los resultados en las noticias económicas de *ABC* (2%) y *El Periódico* (3%).

**Tabla 44.** Uso cohesivo de la conjunción *y*. Sección +/- en % sobre el total de *y* en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<i>y cohesivo</i>					
FA	1.108	829	613	660	812
% sobre el total	5	5	4	4	6
<i>Sección +</i>	Cultura: 10	Cultura: 8	Deportes: 6	Cultura: 6	Cultura: 9
	Sociedad: 6	Deportes: 6	Cultura: 5	Deportes: 6	Política: 6
	Deportes: 5	Política: 5	Sociedad: 5	Sociedad: 4	Deportes: 5
	Economía: 5	Sociedad: 4	Política: 4	Política: 3	Sociedad: 5
<i>Sección -</i>	Política: 4	Economía: 4	Economía: 1	Economía: 2	Economía: 3

En el caso del valor textual de la conjunción adversativa, los datos son contundentes en lo que se refiere a la temática que obtiene los porcentajes inferiores, pero no hay una dinámica clara en cuanto a su uso en el resto de secciones. Aun así, las noticias de corte social y las culturales recogen las cifras más altas, en porcentajes cercanos al 40%, lo que supone que, de todas las apariciones de la conjunción *pero*, casi la mitad tienen valor

textual. Esta cifra contrasta con la de las noticias deportivas, donde disminuye hasta casi la mitad. Destacan, por ejemplo, los porcentajes de *El Mundo* (19%) o *ABC* (17%).

**Tabla 45.** Uso cohesivo de la conjunción *pero*. Sección +/- en % sobre el total de *pero* en periódicos generalistas

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b><i>pero cohesivo</i></b>					
<i>FA</i>	941	637	457	551	545
<b>% sobre el total</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>32</b>
<i>Sección +</i>	Economía: 37	Sociedad: 39	Sociedad: 41	Cultura: 38	Cultura: 39
	Sociedad: 36	Economía: 37	Política: 28	Sociedad: 34	Economía: 33
	Política: 34	Cultura: 36	Cultura: 28	Política: 33	Política: 33
	Cultura: 31	Política: 35	Deportes: 23	Economía: 21	Sociedad: 30
<i>Sección -</i>	Deportes: 26	Deportes: 19	Economía: 15	Deportes: 17	Deportes: 25

Los periódicos de temática especializada muestran una tendencia que no desentona con la obtenida en las áreas de deportes y economía de la prensa generalista, de lo que se deduce que en este factor no es decisivo el modelo de medio, sino la temática de la noticia. Como ocurre en la información general, el valor cohesivo de *y* destaca en la temática de deportes, mientras que la conjunción adversativa se usa más con valor cohesivo en la prensa económica. En esta última, destaca el porcentaje de *Cinco Días*, donde el 40% de registros de *pero* tienen valor textual.

**Tabla 46.** Uso estructural y cohesivo de las conjunciones *y/pero*. *FA* y % en periódicos especializados

Tipo de medio		As		Marca		Sport		Expansión		Cinco días	
<i>Nº de palabras</i>		309.627		871.489		415.810		420.464		314.773	
		<i>FA</i>	<b>%</b>	<i>FA</i>	<b>%</b>	<i>FA</i>	<b>%</b>	<i>FA</i>	<b>%</b>	<i>FA</i>	<b>%</b>
<b><i>y</i></b>	<b>Estructural</b>	7.944	93	19.125	95	9.521	95	8.717	98	6.257	96
	<b>Cohesiva</b>	537	7	1.078	5	543	5	208	2	258	4
<b><i>pero</i></b>	<b>Estructural</b>	1.011	76	3.279	82	1.409	83	576	73	362	60
	<b>Cohesivo</b>	327	24	744	18	293	17	199	27	170	40

Los resultados obtenidos en el uso de la coordinación copulativa cohesiva corroboran el estudio de Castellà, quien, en su análisis de la conversación informal, la clase magistral y la prosa académica, observa más usos textuales de *y* en el primer género, mientras que las cifras descienden a medida que el género de estudio se torna más formal.

Mancera Rueda (2009: 30-31) llega a la misma conclusión en su análisis de artículos de opinión:

Creemos que esto se debe a que las actuaciones coloquiales o, en general, las de la oralidad inmediata, por su anclaje contextual y situacional pueden explotar peculiares procedimientos de contextualización, pues en ellas cobran importancia no sólo los elementos del enunciado, sino también el acto de la enunciación –es decir, la interacción entre el emisor y el receptor, la relación del emisor con lo afirmado, o la relación entre los enunciados–. En las columnas periodísticas analizadas predominan también las relaciones de coordinación cohesiva. Esto es fruto de la voluntad del columnista de otorgar a su texto un cierto carácter espontáneo que lo asemeje al discurso conversacional.

Extrapolado esto a los resultados obtenidos en el lenguaje de la noticia escrita, es fácil interpretar que el lenguaje cercano a la oralidad de las noticias deportivas predispone al periodista a utilizar la conjunción con valor textual, pues entre otras funciones, favorece el lenguaje directo, conciso, de mera sucesión de acciones mediante oraciones breves, rasgo propio de este tipo de noticia, como se puede observar en los siguientes ejemplos:

- (86) Cristiano, Bale y Jesús apuntalan el iceberg. La elección de los tres como futbolistas fundamentales explica una filosofía de estilo. Ronaldo es el jugador más importante del club desde 2009. Gareth supone la inversión en un atacante moderno. **Y** la genialidad de Jesús se ha subido a la punta del iceberg como el delantero completo. (Tomás González Martín, «Jesús ya es uno de los intocables», *ABC*, 21-02-14, 52).
- (87) Era el 85'. El final fue una bendita locura. Idas y venidas. Todos al galope. Nadie quería perder. **Y** todos deseaban ganar. Adán y Asenjo fueron claves para conservar un empate que no vale a ninguno. Uno detuvo un mano a mano a Gio. **Y** el otro, un cabezazo de N'Diaye. (Alfredo Matilla, «Un empate y dos derrotados», *As*, 03-03-14, 22).
- (88) Luis García está ahora mismo en el alambre. Su equipo se ha acercado al precipicio y puede despeñarse si sigue en esta línea. Ataca mal y se defiende peor. Acude a los duelos como si fuera a una oficina. **Y** cubre regular el expediente. Doce partidos sin ganar no es una mala racha, es una pesadilla recurrente. (José Luis Ruiz y Ramón Navarro, «El sueño del Betis es la pesadilla del Getafe», *Marca*, 09-03-14, 24).

De esta forma, el uso de *y* como conector textual es un recurso estilístico escogido a conciencia por el escritor, pues da énfasis a un fragmento del discurso que se quiere destacar<sup>120</sup>.

---

<sup>120</sup> A este respecto, Mancera Rueda (2009: 30) cita a Porroche (1993: 83-93): «Puede afirmarse que todas las conjunciones que se utilizan como enlaces extraoracionales u ordenadores del discurso tienen en común esta función de enfatización. Nos referimos a las conjunciones *y*, *pues*, *que*, *pero*, *si*, *conque*... cuando pierden el valor que les es propio como conjunciones y se convierten en elementos continuativos».

Sin embargo, los resultados del uso cohesivo de *pero* son menores en la prensa especializada en deportes y en la sección deportiva de los medios generalistas, mientras que son mayoritarios en la prensa económica y en secciones como sociedad y cultura. Su uso no está aquí ligado a la formalidad del género, sino más bien a su valor argumentativo: mediante su uso a inicio de oración, se pretende destacar una información determinada, con lo que también hay una voluntad por parte del periodista y, por tanto, contribuye a la modalización:

(89) De momento, el último borrador de conclusiones, al que ha tenido acceso Expansión, asegura que los Estados se solidarizarán con aquellos que sufran hipotéticos cortes de suministro energético. **Pero** ese no es lo único que bloquea sanciones contundentes por parte de la UE. También está el problema de quién debe asumir los daños colaterales de las sanciones a Rusia. (Miquel Roig, «La UE prepara unas represalias de mínimos contra Rusia por Crimea», *Expansión*, 20-03-14, 29).

(90) Barclays ya se está deshaciendo de unos 650 millones de libras en gastos no relativos al personal y de 300 altos banqueros de inversión, de acuerdo con una persona familiarizada con la situación. **Pero** los pagos son todavía el gran lastre para los beneficios. (Dominic Elliot, «Transformar el proyecto de cambio», *Cinco Días*, 19-03-14, 32).

#### 4.3.5. Conclusiones parciales

Como conclusiones reseñables en este epígrafe, consideramos las siguientes:

- a) En los medios generalistas, destacan las cifras de *El Periódico*, como medio que hace un mayor uso de la adición, con una FN de 3.188 casos. Esta cifra supone la aparición de un caso por cada 31 palabras. En la parte contraria, se sitúa *El Mundo*, con la FN de 3.103 ocurrencias por cada 100.000 palabras, lo que supone la aparición de un registro por cada 32 palabras. Por tanto, no hay prácticamente diferencias, debido a la naturaleza de los elementos de análisis de este apartado.
- b) En los especializados, destacan *As*, en el modelo deportivo, y *Expansión*, en el económico. El primero obtiene una FN de 3.667 ocurrencias, mientras que el medio económico recoge 2.844 casos por cada 100.000 palabras. En este caso la diferencia es más notable, pues en *As* aparece un caso cada 27 palabras, mientras que en *Expansión* hay una ocurrencia cada 35 palabras.
- c) El 60% de las cabeceras generalistas manifiestan un uso superior de la adición paratáctica en los temas culturales, mientras que el 80% de los periódicos coinciden en la sección que menos casos recoge: la económica.

d) Un 80% de los periódicos de estudio registra más ocurrencias de la adición hipotáctica en las noticias de corte económico. Los mismos diarios coinciden en la sección con menos frecuencias de adición hipotáctica: cultura.

e) En la prensa generalista, las noticias deportivas destacan en el uso de la adición adversativa, pues sus ocurrencias se sitúan en primera posición en el 60% de los periódicos y, en segunda, en el 40% restante.

f) *El País* destaca como medio generalista que recoge más casos de variación (253 casos por 100.000 palabras), mientras que *El Periódico* obtiene la cifra más baja (208 casos).

g) Los resultados de la variación son unánimes en todos los rotativos generalistas, pues en todos ellos es la sección de sociedad la que sale favorecida. En cuanto al área con menos usos, en el 80% de las cabeceras de estudio destacan las noticias deportivas.

h) En los modelos especializados, *Cinco Días* destaca en el uso de la variación con 259 casos por cada 100.000. Por su parte, *Marca* es el medio deportivo que recoge más ocurrencias, con una FN de 164 casos.

i) En los modelos especializados, la prensa económica recoge menos casos de adición paratáctica y más de variación paratáctica que los medios especializados.

j) En datos globales, la prensa especializada en deportes tiende a utilizar más el recurso de la extensión que la prensa financiera y que la generalista.

**Tabla 47.** Cuadro-resumen resultados de la extensión

Tipo de medio	Adición	Variación
<b>Generalistas</b>		
<i>Periódico +</i>	<i>El Periódico</i>	<i>El País</i>
	<i>La Razón</i>	<i>El Mundo</i>
	<i>El País</i>	<i>La Razón</i>
	<i>ABC</i>	<i>ABC</i>
<i>Periódico -</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El Periódico</i>
<b>Sección</b>		
<i>Sección +</i>	Cultura	Sociedad
	Deportes	Cultura
	Sociedad	Economía
	Política	Política
<i>Sección -</i>	Economía	Deportes
<b>Deportivos</b>		
<i>Periódico +</i>	<i>As</i>	<i>Marca</i>
	<i>Sport</i>	<i>Sport</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Marca</i>	<i>As</i>
<b>Económicos</b>		
<i>Periódico +</i>	<i>Expansión</i>	<i>Cinco Días</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Cinco Días</i>	<i>Expansión</i>

Por modelos comunicativos empresariales, no hay una tendencia que pueda caracterizar de forma clara el estilo desde esta vertiente. Señalaremos únicamente dos datos: por un lado, Unidad Editorial destaca por recoger el menor número de adición en dos de sus medios: *El Mundo* y *Marca*; por otro, el Grupo Prisa resalta en el uso de la variación, ya que tanto *El País* como *Cinco Días* obtienen las frecuencias más altas con respecto a los medios de la competencia.

**Tabla 48.** Resultados de la adición por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	3.103				
<i>El País</i>		3.154			
<i>El Periódico</i>			3.188		
<i>La Razón</i>					3.163
<i>ABC</i>				3.143	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	3.291				
<i>As</i>		3.667			
<i>Sport</i>			3.343		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	2.844				
<i>Cinco días</i>		2.704			

**Tabla 49.** Resultados de la variación por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	229				
<i>El País</i>		253			
<i>El Periódico</i>			208		
<i>La Razón</i>					221
<i>ABC</i>				214	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	164				
<i>As</i>		154			
<i>Sport</i>			158		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	257				
<i>Cinco días</i>		259			

#### 4.4. RELACIONES DE AMPLIACIÓN

El último de los aspectos que Halliday considera dentro de la expansión es la ampliación. En este caso nos encontramos frente a una estrategia lógico-semántica que aporta información circunstancial al significado primario de la cláusula o fragmento anterior. Como ocurre con los otros mecanismos, la ampliación se puede combinar con la parataxis y con la hipotaxis, de forma que se producen distintos tipos de estructuras sintácticas a partir del uso de unos nexos u otros. Asimismo, advierte que la contribución al desarrollo del discurso de ambas estructuras tácticas es distinta. Por un lado, las estructuras paratácticas de ampliación hacen avanzar el discurso y, por tanto, contribuyen a la progresión temática; sin embargo, «in a hypotactic chain, each new link in the chain moves further away from the place in the discourse where the dominant clause is located» (2014: 482). En consecuencia, la ampliación hipotáctica implica un mayor esfuerzo cognitivo y, por ende, un menor dinamismo en la lectura comprensiva del texto.

Halliday identifica la ampliación paratáctica con oraciones en las que a dos elementos coordinados se les añade una circunstancia (*conjunction group: and then, and there, and so*) u oraciones introducidas por conjunciones estructurales (*so, for, but, yet*). También puede darse con conjunciones cohesivas (*in that case, in that way*), combinadas o no con la conjunción *y*<sup>121</sup>. A este respecto, algunas de estas concurrencias entrarían en lo que Cuenca denomina «secuencias de conectores»<sup>122</sup> (2019), mientras que otras solo serían la unión de una conjunción y un adverbio.

En cuanto a la ampliación hipotáctica, Halliday habla de las oraciones adverbiales en sentido tradicional. En su clasificación de los nexos de la ampliación hipotáctica, incluye conjunciones y preposiciones, según sean las oraciones finitas o no finitas<sup>123</sup>:

---

<sup>121</sup>A este respecto, Halliday señala que algunas conjunciones cohesivas se pueden usar como conjunciones estructurales paratácticas. El lingüista cita como ejemplos *as meanwhile* y *therefore* (2014: 478).

<sup>122</sup>Cuenca distingue tres tipos de secuencias de conectores: los formados por yuxtaposición (*aunque cuando*), por adición (*y además*) y por composición (*y entonces*). Los primeros encabezan unidades sintácticas de distinto rango: «una unidad mayor y una unidad menor, que forma parte de la primera». En los segundos, «dos conectores se suman cuando tienen el mismo alcance, pero presentan significados distintos aunque compatibles; el segundo conector precisa o refuerza el significado del primero». Por último, los conectores compuestos están formados por dos conectores que, «en combinación, introducen una misma unidad del discurso y realizan una única función discursiva» (2019: 58).

<sup>123</sup>Como ya hemos señalado, para acotar los criterios de búsqueda, en este trabajo no analizamos las oraciones con verbos en forma no personal.



Hypotactically enhancing clauses may be finite or non-finite. The finite ones are introduced by a binder ('subordinating conjunction'). The non-finite are introduced either (a) by a preposition such as *on, with, by* functioning conjunctively –note that sometimes the same word is both conjunction and conjunctive preposition, e.g. *before, after*; or (b) by one of a subset of the binders– there are a few of these, such as *when*, which can function also with a non-finite clause (Halliday y Matthiessen, 2014: 482).

Halliday mezcla, así, en la ampliación «elementos de un paradigma estrictamente sintáctico (conjunción, adverbio, etc.) con los que componen diversos grupos de partículas establecidos con criterios textuales o discursivos» (NGLE: 30.12b). En las siguientes tablas, se pueden apreciar las categorías de la ampliación y sus principales marcas paratácticas, hipotácticas y cohesivas:

Tabla 50. La ampliación paratáctica en Halliday (Halliday y Matthiessen, 2014)

Tipo	Categoría	Principales marcadores paratácticos
Temporal	Same time	<i>(and) meanwhile (when)</i>
	Diferent time: later	<i>(and) then; and afterwards</i>
	Diferent time: earlier	<i>and/but before that/first</i>
Espacial	Same place	<i>and there</i>
Manera	Means	<i>and in that way; (and) thus</i>
	Comparison	<i>and similarly; (and) so; thus</i>
Causal-condicional	Cause: reason	<i>(and) so; and therefore</i>
	Cause: purpose	-
	Cause: result	-
	Condition: positive	<i>(and) then; and in that case</i>
	Condition: negative	<i>or else; (or) otherwise</i>
	Condition: concessive	<i>but; (and) yet; but nevertheless</i>

Tabla 51. La ampliación hipotáctica en oraciones finitas en Halliday (Halliday y Matthiessen, 2014)

Tipo	Categoría	Principales marcadores hipotácticos
Temporal	Same time	<i>as, while, when, as soon as, at the moment, whenever, every time</i>
	Diferent time: later	<i>after, since</i>
	Diferent time: earlier	<i>before, until, til</i>
Espacial	Same place	<i>as far as, where, wherever, everywhere</i>
Manera	Means	-
	Comparison	<i>as, as if, like, the way</i>
Causal-condicional	Cause: reason	<i>because, as, since, in case, seeing that, considering</i>
	Cause: purpose	<i>in order that, so that</i>
	Cause: result	<i>so that</i>
	Condition: positive	<i>if, provided that, as long as</i>
	Condition: negative	<i>Unless</i>
	Condition: concessive	<i>even if, even though, although, while</i>

Tabla 52. La ampliación en el rango del discurso en Halliday (Halliday y Matthiessen, 2014)

Tipo	Categoría	Principales conjunciones cohesivas
Temporal	Same time	<i>just then, at the same time</i>
	Diferent time: later	<i>then, afterwards</i>
	Diferent time: earlier	<i>before that, previously, hitherto</i>
Espacial (espacio metafórico: asunto)	Positive	<i>here, there, as to that, in that respect</i>
	Negative	<i>in other respects, elsewhere</i>
Manera	Means	<i>thus, thereby, by such means</i>
	Comparison	<i>positive: likewise, similarly negative: in a different way</i>
Causal-condicional	General	<i>so, then, therefore, consequently, hence, because of that, for</i>
	Cause: reason	<i>on account of this, for that reason</i>
	Cause: purpose	<i>for that purpose, with this in view</i>
	Cause: result	<i>in consequence, as a result</i>
	Condition: positive	<i>then, in that case, in that event, under the circumstances</i>
	Condition: negative	<i>otherwise, if not</i>
	Condition: concessive	<i>yet, still, though, despite this, however, even so, all the same, nevertheless</i>

Tomando, pues, como punto de partida los marcadores en lengua inglesa en las diferentes categorías de la ampliación, consideramos que una adaptación a la lengua española de esta clasificación parte de una primera identificación y análisis de los elementos que entran en juego, para después centrarnos en los valores lógico-semánticos y en las relaciones tácticas que establecen entre unidades de texto. No obstante, esta propuesta también toma en consideración las clasificaciones de autores como Briz, Pons y Portolés (2008), Fuentes (2009), Cuenca (2010) o Bustos (2013a):

Tabla 53. Nexos de la ampliación paratáctica e hipotáctica

Parataxis	Temporales	<i>al final, al principio, a continuación, entretanto, mientras tanto, después, antes, entonces</i>
	Espaciales (valor metafórico)	<i>en ese sentido, en este sentido, a ese respecto, a este respecto, al respecto</i>
	Causales-Consecutivas	<i>de esta forma, de esa forma, de esta manera, de esa manera, de este modo, de ese modo, por eso, por esa razón, por lo tanto, por tanto, así pues, por ende, por consiguiente</i>
	Condicionales	<i>en ese caso, en tal caso, de lo contrario, de otro modo, de otra manera, de otra forma, en caso contrario</i>
	Comparativas	<i>del mismo modo, de la misma manera, de la misma forma, de manera similar, de forma similar, de modo similar, de igual forma, de igual modo, de igual manera</i>
	Concesivas	<i>aun así, y eso que, en cualquier caso, en todo caso, con todo, así y todo</i>
	Finales	<i>a tal fin, a tal efecto, para eso, para ello,</i>
Hipotaxis	Temporales	<i>cuando, mientras, antes de que, después de que</i>
	Espaciales	<i>donde</i>
	Modales	<i>como</i>

<b>Causales</b>	<i>pues, porque, ya que, puesto que, dado que</i>
<b>Consecutivas/ llativas</b>	<i>así que, de manera que, de forma que, de modo que, de ahí que</i>
<b>Condicionales</b>	<i>positiva: si, siempre que; negativa: si no, a menos que, a no ser que</i>
<b>Comparativas</b>	<i>como si, igual que si, como que</i>
<b>Concesivas</b>	<i>aunque, pese a que, si bien, a pesar de que, incluso si</i>
<b>Finales</b>	<i>para que, a fin de que, con el fin de que, con intención de que</i>

Cuando Halliday define la ampliación utiliza la palabra *embellishing*: «one clause expands another by embellishing around it: qualifying it with some circumstantial feature of time, place, cause or condition» (2014: 444). Esta definición conlleva la idea de que los detalles adicionales pueden hacer más atractivo o interesante el texto. En el género que nos ocupa, la noticia, los elementos que se pueden añadir mediante este recurso suponen una previa y exhaustiva documentación y un alto nivel de profundización en los contenidos. Todo ello favorece, una vez más, la credibilidad y veracidad de la información. Así, el análisis de esta relación lógico-semántica en el discurso periodístico es, *a priori*, potente, pues, por un lado, la necesidad de responder a las premisas básicas de la noticia, las 6 W's, exige el uso de oraciones adverbiales; por otro, los nexos temporales y causales son esenciales para el marco del relato narrativo informativo.

A este respecto, es muy interesante el concepto de *párrafo-nuez*, una «complicación» con la que se enriquece la noticia, aportando datos para contextualizar los hechos, sus antecedentes, implicaciones y consecuencias:

Esta complicación es beneficiosa y deseable. Una noticia que presenta los hechos, y además, los enriquece aportando antecedentes, señalando sus implicaciones en relación con otros sucesos y recogiendo opiniones que anticipan sus posibles consecuencias es una información madura y bien trabajada. (*Marca. Libro de estilo*, 2012: ebook)

Esta profundización no solo adquiere la función de completar la información, sino que, además, favorece la relación de los contenidos dentro del medio. Si en la prensa digital, el hipertexto es fundamental para este menester, en la prensa de papel conviven las estrategias clásicas de despique, destacados y noticias complementarias con el seguimiento de aquellos acontecimientos con evolución futura, que pueden dar lugar a investigaciones y análisis para conocer el contexto de un suceso, su desarrollo o su desenlace. De esta forma, además de atender a uno de los criterios de noticiabilidad de Martini (2000), se busca una diferenciación frente a la competencia en el tratamiento de las informaciones. En

definitiva, el *párrafo-nuez* supera las 6 W's con otras preguntas, cuyas respuestas «no solo harán crecer la noticia, sino que en muchos casos darán lugar a otras informaciones complementarias, entrevistas y reportajes relacionados» (Marca. Libro de estilo, 2012: ebook).

Pero la ampliación no solo se manifiesta como un rasgo característico de la secuencia textual narrativa, sino que, además, es una estrategia que favorece la vertiente explicativa de la noticia, pues, como señala Romero (1997: 92):

Los relatos periodísticos no pretenden reconstruir el acontecimiento tal y como ocurrió; su objetivo es más amplio: explicarlo. Para lograrlo, el narrador no sólo se limita a desarrollar los hechos que dan origen al suceso sino que lo contextualiza, esto es, proporciona los antecedentes del asunto y de las circunstancias que lo documentan; también expone las interpretaciones que expertos y no expertos hacen sobre el asunto relatado; y, por último, a modo de conclusión, hace un análisis valorativo y cuando es necesario prevé las posibles consecuencias.

Para lograr esta información extensa, detallada y analítica es necesario el uso de nexos que facilitan al lector la comprensión del relato, pues, como apunta González Rodríguez (2005: 151-152), el relato informativo avanza de manera fragmentada y acumulativa, y la ordenación y jerarquización de la información responde a una clara «estrategia de acomodación del género noticia en función de su propósito comunicativo».

Por todo ello, consideramos que las implicaciones de la relación lógico-semántica de la ampliación en el discurso de la noticia periodística son significativas:

**Tabla 54.** Principales implicaciones de la ampliación en los estilos de la noticia

Estilo periodístico	Rasgos
± explicativo	El mayor o menor uso de la ampliación paratáctica e hipotáctica con valores causales, consecutivos, condicionales, concesivos y finales tiene que ver con el carácter explicativo de la noticia.
± narrativo	El uso de la ampliación temporal (paratáctica e hipotáctica) se relaciona con el estilo narrativo de la noticia.
± documentado	Las estrategias de la ampliación contribuyen a responder a las 6 W's, con lo que favorecen la profundización, el desarrollo y la contextualización en los hechos.
± cohesionado	La ampliación muestra la preferencia por una sintaxis más cohesionada y compleja o, por el contrario, de una sintaxis más sencilla, según el uso de las estructuras paratácticas o hipotácticas, y según la preferencia por la composición oracional o por la cohesión textual.

Esta estrategia de la ampliación adquiere valor en el panorama informativo actual, en el que la prensa en papel pierde cada vez más audiencia. Por una parte, los constantes

cambios en las direcciones y en los planes de negocio de los medios son una prueba de la delicada situación que atraviesa la prensa tradicional desde la democratización de Internet. Por otra, el prestigio adquirido a lo largo de los años por las cabeceras impresas de referencia, así como el cuestionamiento de la calidad de la información de la web con la proliferación de noticias falsas, sitúan en mejor posición a la prensa convencional en cuanto a credibilidad se refiere<sup>124</sup>. En este contexto de información en la era digital, como señala López García (2011: 86),

el panorama actual de la comunicación y de las tendencias en el mercado muestran un escenario donde reina el ruido informativo, con mucha comunicación pero con ciudadanos mal informados, por lo que el periodismo tiene la posibilidad de reforzar su influencia si sabe mantener lo básico –la mediación para verificar, para indagar, para explicar, para analizar, para anticipar...

A este respecto, como apunta Rubio (2005: 160), la documentación es clave ante el exceso y sobreexposición a la información:

[...] no solo la cantidad de información es perniciosa. Este crecimiento incontenible de datos suele caracterizarse, en numerosas ocasiones, por ser información no contrastada, incompleta, desfasada o, sencillamente, falsa. Si a la cantidad de información y a la baja calidad de esta se añade el condicionante temporal con el que trabajan los periodistas digitales –limitados en todo momento por la actualización constante de sus noticias–, entonces el papel del documentalista como rápido y eficaz seleccionador-evaluador de fuentes resulta crucial.

Las condiciones de elaboración de la información en los medios digitales deberían suponer puntos a favor de la prensa tradicional; sin embargo, los datos de difusión no son alentadores y las empresas de los medios convencionales están estableciendo sus propias estrategias en su versión digital, para adquirir la misma reputación que su producto impreso y convertirse en medios de referencia online. Además de contar con plataformas de pago, como *Kiosko y más* y *Orbyt*, donde los lectores pueden descargarse de forma digital la versión impresa del periódico, toman como modelo de negocio las transformaciones digitales de periódicos como el *New York Times* o *The Washington Post*,

---

<sup>124</sup> Una encuesta de la consultora Estudio de Comunicación revela que los ejecutivos de las empresas españolas creen que la prensa en papel tiene mayor calidad y credibilidad, por el análisis, investigación y reflexión en sus contenidos y por la repercusión de sus noticias. (Laura Danielle: «Los periódicos, líderes en credibilidad», *ABC*, 13-12-13).

con nuevos sistemas de registro y suscripción<sup>125</sup> para diversificar los ingresos y no depender únicamente de la publicidad, pues la fragmentación de la audiencia *online* supone otro obstáculo que afrontar. Asimismo, la explotación de nuevas formas narrativas a partir del hipertexto «permite mayores posibilidades de ampliación y contextualización de la noticia, a partir de hipervínculos con los que establecer relaciones entre distintas informaciones» (Larrondo, 2005: 163-164). Esta autora señala que la nueva realidad «multidimensional, poliédrica y cambiante» trae consigo modelos diferentes de narrar que sirven para revalorizar el papel de la información documentada.

Pero si algunos medios han trasladado la importancia de la documentación del medio tradicional al digital, en otros casos ha ocurrido justo lo contrario. No son pocos los estudiosos que advierten en las cabeceras impresas de «una notable propensión a asimilar el modo de informar de los diarios digitales, pivotando de forma peligrosa hacia una cobertura informativa cada vez más superficial y anodina» (Benaissa, 2019: en línea). Por todo ello, la salida de la prensa escrita pasa por «significarse ofreciendo productos diferentes y originales, y más elaborados» (Benaissa, 2019: en línea).

Por tanto, nos encontramos ante una paradoja: por un lado, los medios exploran nuevas estrategias narrativas y de negocio para hacerse un hueco en el mercado digital de referencia; por otro, la información impresa de calidad corre el peligro de copiar las rutinas digitales y convertirse, así, en un producto sucedáneo del soporte digital. De hecho, no es extraño que, cada vez más, encontremos las mismas informaciones (idénticas noticias, copiadas íntegramente) en uno y otro soporte. Partiendo de estas situaciones, desde un punto de vista lingüístico, pensamos que analizar los mecanismos de la ampliación radiografiará de forma objetiva en qué estado se encuentra actualmente la prensa tradicional y qué papel juega frente al surgimiento del «periodismo transmedia»:

La creación y proliferación de plataformas y medios de comunicación en el entorno digital, permite que un enorme número de personas reciban el mismo mensaje, en cadena o en tiempos diferenciales, pero al mismo tiempo lo recontextualicen y propongan nuevas narrativas frente a los hechos. Es un espacio en el que tanto emisor como receptor tienen un papel protagónico, en el que suplen sus necesidades informativas y hacen propuestas comunicativas desde diversas ópticas,

---

<sup>125</sup> Por ejemplo, en El País.com, los lectores pueden consultar solo 10 artículos al mes de forma gratuita. Si quieren acceder a todos los contenidos, deben suscribirse con el pago de 10€ al mes o 96€ anuales.

esquemas y plataformas haciendo uso de las herramientas e instrumentos que están disponibles en el entorno convencional y digital (Barrios, 2016: 171).

Antes de adentrarnos en el análisis de cada tipo de ampliación, es necesario establecer una panorámica general sobre la ampliación. En datos globales, la ampliación paratáctica se emplea mucho menos que la hipotáctica en el lenguaje de la noticia periodística, por lo que hay un mayor uso de las conjunciones estructurales, en este caso subordinantes, para añadir significados circunstanciales, en sentido estricto, esto es, de tiempo, causa, consecuencia, concesión, condición y finalidad.

**Tabla 55.** Comparativa entre modelos de medio y uso de ampliación paratáctica e hipotáctica (FN por 100.000 palabras)

Relación de significados	Generalistas		Deportivos		Económicos	
	Parataxis	Hipotaxis	Parataxis	Hipotaxis	Parataxis	Hipotaxis
Temporal	38	169	40	159	19	95
Causal-consecutivo	34	177	37	208	37	146
Concesivo	15	61	14	66	24	63
Condicional	2	107	2	150	3	103
Final	6	53	5	48	10	46

En primer lugar, respecto a la parataxis, donde más diferencias se observan en los tres modelos de medio es en los significados temporal, concesivo y final. En el primer caso, hay un gran contraste entre los datos recogidos en los medios generalistas (FN de 38) y deportivos (FN de 40) frente a los medios económicos, donde solo aparecen 19 casos por 100.000. En el significado final, vemos un pequeño incremento de las apariciones en los medios económicos, frente a los otros modelos (10 frente a 6 en los generalistas y 5 en los deportivos). Por último, destaca la frecuencia normalizada de los periódicos económicos en la ampliación paratáctica de sentido concesivo, que se sitúa a 9 puntos por encima de los generalistas y a 10 de la prensa deportiva. Los sentidos causal-consecutivo y condicional se utilizan en los tres modelos sin diferencias significativas.

En cuanto a la hipotaxis, estructura más productiva, las diferencias son notables en el caso de los sentidos temporal, causal-consecutivo y condicional. En cuanto al temporal, los medios económicos contrastan, de nuevo, con los otros dos modelos de prensa, con una FN de 95 casos, frente a los 159 de los deportivos y los 169 casos recogidos en los generalistas. Los especializados en deportes sobresalen en cuanto al uso de oraciones causales y consecutivas para introducir estos dos sentidos (208 casos frente a los 177 de los

generalistas y mucho más acentuada la diferencia con los económicos: 146). Por último, también el valor condicional resalta en las noticias de los deportivos con una FN de 150 casos, frente a los 107 de los generalistas y los 103 de los económicos. Finalmente, no hay diferencias entre los usos de las oraciones con sentido concesivo y final.

#### 4.4.1. El desarrollo de la noticia mediante la ampliación paratáctica

En primer lugar, en lo que respecta a la parataxis, nos encontramos, principalmente, con locuciones adverbiales y conjuntivas, algunas de las cuales adquieren funciones a nivel discursivo. A este respecto, cabe recordar que, como recalca la *NGLE* (2009: § 30.12a), el concepto de conector discursivo «no constituye una clase sintáctica de palabras análoga a *verbo, conjunción o adverbio*, sino un grupo establecido con criterios textuales». De hecho, la mayor parte de los conectores discursivos son adverbios o locuciones adverbiales, pero también están entre las categorías gramaticales las conjunciones, las preposiciones, las interjecciones o las locuciones conjuntivas y preposicionales.

A este respecto, nos encontramos en la ampliación paratáctica con una serie de vínculos de conexión en oraciones que sintácticamente son independientes, pero son interdependientes desde el punto de vista semántico. Rodríguez Ramalle da cuenta de esta situación en su análisis sobre conexiones discursivas y subordinación (2014), a partir de la teoría de la estructura de constituyentes:

Si pensamos que hay relación de constituyentes entre las oraciones que integran una unidad mayor, las conexiones estructurales son idénticas tanto estemos ante una subordinada sintáctica como ante dos oraciones independientes; seguimos hablando de constituyentes, si bien no dentro de una oración separada por pausas, sino entre diferentes oraciones dentro de una unidad de análisis mayor: el discurso (2014: 280).

La autora defiende la hipótesis de que, si en las subordinadas adverbiales son las conjunciones las que establecen los distintos significados, en las oraciones independientes existen otros recursos que pueden crear significados vinculados a la subordinación adverbial, entre ellos, los elementos que analizaremos en este epígrafe: locuciones adverbiales que funcionan, además, como conectores discursivos. La *NGLE* recoge un gran número de locuciones de sentido causal, final, consecutivo, condicional y concesivo,



aunque deja claro que las conjunciones coordinantes y las subordinantes también pueden adquirir la función de conector textual.

En cuanto al punto de vista formal, «los adverbios y locuciones adverbiales que expresan relaciones supraoracionales se caracterizan por su relativa independencia fónica y sintáctica respecto de la oración», por lo que «es frecuente que aparezcan precedidos o seguidos de pausa, y también suelen formar grupo entonativo propio». (NGLE: § 30.12i), con lo que esta condición se ha tenido en cuenta en la pauta de búsqueda de nuestro corpus.

Para el análisis de los resultados, incluiremos en este capítulo datos acerca de la aparición de los elementos de análisis combinados con las conjunciones coordinantes y y *pero*, pues como ya hemos indicado, Halliday habla de ampliación paratáctica en esos términos: una coordinación a la que se le añade una circunstancia expresada mediante adverbios o locuciones, la mayoría de los cuales funcionan también a nivel discursivo:

(91) El hispano-brasileño se ha perdido tres partidos de los siete que ha jugado el Atlético, dos por la sanción que arrastraba desde la pasada campaña, uno por descanso de Simeone tras haber asegurado la clasificación para octavos, **pero aun así** se sitúa ya como quinto máximo realizador del torneo, con cinco dianas. (Alberto R. Barbero, «Campeón se escribe con C», *Marca*, 21-02-14, 14).

Los datos generales de la ampliación paratáctica revelan que no hay grandes diferencias, *a priori*, entre los tres modelos de medio, pues las frecuencias son muy similares, aunque destaca *Cinco Días*, con 128 casos, por exceso, y *El Periódico*, con 83, por defecto (Tablas 56 y 57). En cuanto a la temática, sociedad, economía y política aparecen en los primeros puestos, aunque no hay un patrón sólido que pueda aportarnos claves para caracterizar los estilos periodísticos a partir de los elementos en conjunto que forman parte de esta relación lógico-semántica. Por ello, se hace necesario desglosar cada uno de los significados incluidos en este mecanismo para ver, en detalle, los resultados.

**Tabla 56.** Ampliación paratáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
FA	893	760	794	656	492
FN	<b>99</b>	<b>116</b>	<b>133</b>	<b>101</b>	<b>83</b>
Sección +	Sociedad: 108	Economía: 141	Sociedad: 155	Economía: 131	Política: 95
	Economía: 105	Sociedad: 129	Economía: 142	Política: 113	Economía: 85
	Deportes: 102	Deportes: 119	Cultura: 139	Sociedad: 99	Deportes: 77

	Política: 97	Política: 113	Política: 124	Cultura: 81	Sociedad: 77
Sección -	Cultura: 82	Cultura: 98	Deportes: 120	Deportes: 76	Cultura: 56

Tabla 57. Ampliación paratáctica en periódicos especializados

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
FA	302	1007	404	391	402
FN	<b>98</b>	<b>116</b>	<b>97</b>	<b>93</b>	<b>128</b>

#### 4.4.1.1. La conexión temporal y espacial

A pesar de que autores como Cuenca o Castellà no consideran la conexión temporal<sup>126</sup>, y mucho menos la espacial, como un tipo de conexión textual, sí los hemos incluido en nuestro análisis, aunque con ciertos matices que explicaremos a continuación.

En primer lugar, en cuanto a la conexión espacial, en el marco de las relaciones lógico-semánticas, Halliday considera la conexión espacial tanto a nivel de oración como en el rango del discurso, aunque, en este caso, habla, además del espacio en sentido literal, de un valor espacial metafórico, al que le asigna el nombre de *matter*, y que identifica con expresiones que sirven como engarce temático:

Place reference may be used conjunctively within a text, with *here* and *there*, spatial adverbs such as *behind* and *nearby*, and expressions containing a place noun or adverb plus reference item, e.g. *in the same place, anywhere else*. Here spatial relations are being used as text-creating cohesive devices. Note however that most apparently spatial cohesion is in terms of metaphorical space; for

<sup>126</sup> Castellà, en su trabajo sobre la diferencias en la complejidad del discurso oral y escrito, cita a Cuenca para justificar la no inclusión de los elementos temporales en su estudio (2002: 506): «Fet i fet, molts autors, començant per Halliday i Hasan (1976), i basant-se en aquests Mederos (1988: cap. 6), parlen de connexió textual temporal, manifestada per aquesta mena d'elements. Amb tot, cal tenir en compte que *de sobte* i *des d'aleshores* realitzen una funció pròpiament adverbial, de complement circumstancial o adjunt que, traslladat a la posició inicial, emmarca temporalment tota l'oració; a més, mantenen el seu significat literal. Així doncs, no estan actuant pròpiament com a connector, atès que les conjuncions i els matisadors no fan cap més funció sintàctica que la connectiva.(...) Així doncs, basant-nos en aquestes idees, no considerarem que hi ha un grup de connectors temporals. La relació temporal entre oracions es manifesta en el text a través d'expressions temporals relatives (com *des d'aleshores* o *després*) o absolutes (com *de sobte*) i no mitjançant un mecanisme de connexió.»(Cuenca, en premsa a: 25-26)». Bustos cuestiona ese planteamiento y señala que la función que realizan estos elementos en la oración no les exime de su función conectiva a nivel textual: «En nuestra opinión, habrá enlaces que sí manifiesten una función sintáctica específica en el entorno oracional en el que se insertan; mientras, en otros casos tal función no es ni mucho menos obvia, de donde se deduce que su excentricidad oracional será mayor. [...] No obstante, si bien es cierto que en determinados casos se puede argumentar que los enlaces no inciden directamente en el núcleo del predicado, en otros muchos, tal incidencia es evidente y palmaria. Es el caso de los enlaces espaciales. [...] Lo en verdad importante no es si son sintácticamente independientes ni hasta qué punto, puesto que lo que los distingue en tanto que herramientas discursivas es su capacidad conectiva. Y esa capacidad será patrimonio de diferentes unidades morfosintácticas que, además, alcanzan diversos grados de gramaticalización». (2013a: 102-103).

example *there* in *there you're wrong*; cf. expressions like *on those grounds*, *on that point*. These are actually expressions of Matter (Halliday: 2014: 617).

En cuanto a los nexos espaciales de sentido literal, autores como Bustos, los considera elementos esenciales, sobre todo en las secuencias descriptivas. Pero el poco interés que han suscitado entre los lingüistas se debe, según Bustos, a los escasos estudios sobre esta secuencia. Bustos (2017: 445), quien ha estudiado los conectores espaciales en la descripción, identifica las diferencias a nivel de conexión discursiva entre los diferentes tipos de secuencia descriptiva:

[...] es el caso de la descripción humana: el lector puede desconocer las características, propiedades y cualidades de las partes; sin embargo, conoce perfectamente antes de acceder al texto cómo se establecen las relaciones entre los diversos segmentos de la anatomía humana porque existe un patrón predecible. Por tanto, explicitar la conexión espacial es innecesario. Y como consecuencia de ello, los conectores espaciales desaparecen del texto. En cambio, en el momento de construir una descripción de una vivienda o de una habitación no existe *a priori* un patrón de la relación espacial entre los objetos que se integran.

Domínguez (2010: 380), por su parte, habla de anclaje espacial y no de conexión, pues señala que la organización de la secuencia descriptiva «no se logra mediante marcadores discursivos, sino mediante otros procedimientos, como el anclaje espacial».

Así pues, para algunos autores no se trata de conexión espacial o temporal, sino de deixis espacial y temporal, que se produce cuando un elemento se interpreta en relación al lugar y tiempo de la enunciación, es decir, al aquí y ahora del emisor (Cuenca, 2010). De hecho, Cuenca considera que ciertos sintagmas adverbiales o preposicionales (pone como ejemplo *hoy en día*) no realizan esta función conectiva, ya que su significado es temporal, espacial o modal.

Ante la disparidad de interpretaciones, optamos aquí por analizar la conexión temporal y la conexión espacial de sentido metafórico. Pero no hemos encontrado suficiente justificación en la literatura sobre el tema para incluir la conexión espacial en sentido literal en nuestro análisis. Estas decisiones las fundamentamos de la siguiente manera: primero, porque, aunque la conexión espacial es prototípica de las secuencias descriptivas, muy habituales en las crónicas y en las noticias de corte social, pensamos que

los resultados serán anecdóticos, pues algunos estudios así lo han demostrado<sup>127</sup>; segundo, porque la propuesta de Halliday engloba la vertiente espacial en la temporal, que es mucho más amplia; finalmente, porque la conexión temporal está respaldada por varios autores del ámbito hispánico<sup>128</sup>.

Centrándonos ya en los nexos temporales, no distinguimos si se trata de relaciones externas o internas, en términos de Halliday y Hasan (1976), pues no hemos discriminado aquellas locuciones que se refieren a la secuencia temporal de los procesos referidos de las que tienen que ver con el desarrollo temporal del propio discurso, es decir, de los metadiscursivos:

Relations between representations of segments of experience are called external relations, and conjunctions marking such relations are called external conjunctions. [...] Relations linking text segments in their interpersonal guise are called internal relations –internal to the text as a speech event, and conjunctions marking such relations are called internal conjunctions. (Halliday y Matthiessen, 2014: 611).

Es interesante la aportación que hace Briz sobre esta cuestión, cuando habla del *conector pragmático* (el equivalente a la conjunción cohesiva de Halliday): «el conector pragmático mira hacia dentro (enunciado), es decir, presenta un valor interno en el texto, y hacia fuera (enunciación), hacia los participantes de la enunciación, un valor externo este inherente al proceso comunicativo». De ahí que Briz considere el carácter argumentativo de los conectores: «el conector pragmático en español es un conector argumentativo.[...] Todo discurso práctico responde estratégicamente a una intención; es decir, presenta algún aspecto argumentativo; hablar a alguien, dirigirle la palabra, como afirma Grize, sería argumentar» (Briz, 1993: 162-163).

**Tabla 58.** Conexión temporal. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
FA	379	263	243	223	193
FN	<b>42</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>34</b>	<b>32</b>

<sup>127</sup> De hecho, Bustos, en su análisis discursivo de la noticia periodística (2005: 79), no localiza ni un solo caso de conexión espacial. Por otro lado, en su análisis de los relacionantes locativos en los textos descriptivos, señala que el tipo de objeto descrito influye en su mayor o menor uso. Por ejemplo, suele utilizarse más para describir lugares que para describir a personas.

<sup>128</sup> Entre ellos: Calsamiglia y Tusón (1999), Fuentes (2009), Domínguez (1999, 2010) y Bustos (2013a, 2013b, 2014, 2015, 2017).

Sección +	Deportes: 49	Deportes: 60	Deportes: 63	Política: 37	Deportes: 47
	Sociedad: 46	Sociedad: 50	Cultura: 56	Cultura: 35	Política: 38
	Política: 45	Cultura: 47	Sociedad: 46	Sociedad: 35	Sociedad: 29
	Cultura: 40	Política: 34	Política: 33	Deportes: 34	Cultura: 19
Sección -	Economía: 15	Economía: 23	Economía: 17	Economía: 21	Economía: 14

Aplicado al estudio de la noticia como género, las conjunciones externas serían las que aparecen, por ejemplo, dentro de las declaraciones de las fuentes o en el cuerpo de la noticia relacionadas con la acción, mientras que las internas funcionarían como organizadoras del discurso y solo aparecerían en el cuerpo de la noticia y no en las declaraciones. Por las características de la metodología empleada, hemos optado por no hacer una diferenciación entre ambas y no hemos diferenciado el uso de, por ejemplo, *al principio* como conector temporal que hace progresar la acción del *al principio* que funciona como conector discursivo iniciador, externo e independiente del proceso temporal de los hechos noticiados, y con el que progresa el contenido. Sin embargo, sí hemos notado que hay un predominio del primer uso, el temporal interno. Así, los nexos temporales seleccionados en este epígrafe son: *al final*, *al principio*, *a continuación*, *entretanto*<sup>129</sup>, *mientras tanto*, *antes*, *después* y *entonces*<sup>130</sup>.

*Al principio*, *al final* y *a continuación* introducen en el miembro del discurso en el que aparecen el inicio, el término o la continuación de un proceso o de una situación, que pueden ser, o no, implícitos. Los tres pueden, además, aparecer en series correlativas, combinados entre ellos o con otros conectores como *primero*, *después* o *luego*:

(92) **Al principio**, trabajó en la campaña de publicidad de la fragancia White Diamonds de Elizabeth Taylor, que se convirtió en la marca de famosos más vendida. **Después** empezó

<sup>129</sup> También su versión compuesta *entre tanto*, que tiene el mismo significado y que, a pesar de no ser la recomendada por la RAE, se utiliza en prensa.

<sup>130</sup> Para facilitar el procedimiento de búsqueda e identificación de *antes*, *después* y *entonces* como elementos de conexión, nos hemos limitado a buscar dichos elementos en posición inicial de oración o como inciso entre comas en posición medial, introduciendo una oración independiente, una oración coordinada o una subordinada, tal y como hacen los autores que reconocen la existencia de la conexión temporal, entre ellos, Bustos (2014) o Fuentes (2009). Bustos dice lo siguiente al respecto (2015: 17): «Para identificar los conectores temporales partimos de Bustos 2014c, p. 69: “A la hora de saber si estamos ante un enlace, privilegiamos como argumento su capacidad de explicitar una conexión, más allá de si afectan a la predicación o si exhiben una función sintáctica en la oración dentro de la que se insertan. Desde esa posición será mucho más fácil distinguir si estamos o no ante un conector temporal a la hora de evaluar unidades morfosintácticamente muy similares, cuando no idénticas, pero que cumplen funciones textuales diversas”. La función conectiva se observa en el ejemplo siguiente: *Había encontrado la foto un día hace tres años cuando buscaba fotos en el armario y la encontré en la detrás. Desde entonces, me pone feliz a verla cuando trabajo en la mesa*». Aunque, como propone Halliday, también hemos tomado en consideración su aparición en estructuras coordinadas, junto con las conjunciones y *pero*.

a diseñar y fue en 2006 cuando lanzó su colección «Little Dress Black». (Marta Torres, «La novia de Jagger se suicida», *La Razón*, 18-03-14, 46).

- (93) Ayer, Cuéntame se vio en el Congreso, **primero**, y en La 1, **a continuación**, ya bien entrada la noche. Leopoldo González-Echenique, presidente de la corporación RTVE, negó ante la Comisión mixta de control parlamentario «la más mínima instrucción» de la cadena pública en los guiones de la veterana serie de ficción, que esta temporada se ambienta en 1982, año de la primera victoria socialista de Felipe González. (Eduardo Fernández, «TVE se resiste a adelantar el ‘prime time’», *El Mundo*, 28-02-14, 54).

*Al final* puede adquirir valor conclusivo si «presenta el miembro del discurso en el que aparece como el resultado que se desprende de lo ocurrido o considerado anteriormente» (DPDE, 2008: en línea):

- (94) Es el caso de Isabel Navarro, vecina de Santa Oliva (Tarragona) de 66 años. No podía aguantar más el dolor y se sentía incapaz de soportar el año que los profesionales le decían que tenía por delante. **Al final**, accedió a pagar 9.300 euros para ser intervenida en unos días por la vía privada en el mismo hospital y por los mismos médicos que debían atenderla por la sanidad pública. (Mercè Pérez y Antía Castedo, «Un hospital cobra 9.300 euros por evitar la lista de espera a una mujer», *El País*, 14-03-14, 37).

Los nexos de simultaneidad *entretanto* y *mientras tanto* indican que dos acciones se realizan a la vez:

- (95) En esta línea, Miguel Ángel Paz, director de la unidad de gestión de Unicorp explica que “mientras más tiempo estemos en este lateral, más fuerte será la subida si la ruptura es al alza o las correcciones si la ruptura es a la baja. **Mientras tanto**, creemos que lo mejor es esperar y ver”. (Alberto Roa, «El Ibex rompe su racha de tres semanas al alza y cede un 0,6%», *Cinco Días*, 22-02-14, 16)
- (96) El Madrid se quitó el polvo de la camisa y dio paso a otros actores. Isco tomó el micrófono para alimentar su idilio con el Bernabéu, que cuando le observa se acuerda de Butragueño y de otros superhéroes. Bale, **entretanto**, peinó la banda con carreras preciosas y pases exquisitos. Hasta Casemiro destacó. (Manu Sainz, «Lesión de Jesús: rotura del ligamento cruzado anterior», *As*, 19-03-14, 6).

Además de su valor temporal, pueden funcionar como conectores ordenadores continuativos del discurso. En ese caso, los hechos no tienen por qué ser simultáneos, pues sirven para añadir al anterior enunciado de una secuencia una información, un nuevo hecho, un nuevo aspecto del tema o una acción realizada por otro agente (Fuentes, 2009: 220):

- (97) El presidente interino del país, Alexandr Turchínov, denunció que “tropas rusas bloquean unidades militares ucranianas” y aseguró que Ucrania considerará una agresión cualquier ofensiva contra éstas. En Crimea, **mientras tanto**, las autoridades prorrusas aseguraban que militares e incluso unidades completas del ejército ucraniano habían dejado de obedecer a Kiev. El primer ministro, Serguéi Axiónov, anunció incluso la creación de una Marina de Guerra de esta república autónoma, según informó la

agencia rusa Interfax. (A. O., «La alta diplomacia se moviliza para evitar la guerra en Ucrania», *Expansión*, 03-03-14, 21).

En el análisis de *antes* y *después*, hemos tenido en cuenta su valor de «archiconector», concepto que desarrolla Bustos (2014 y 2015):

El concepto lo hemos desarrollado en Bustos Gisbert (2014c) y con él nos referimos a «aquellas unidades capaces de generar desde su valor de núcleos conectores haces de variantes que plantean un modelo conectivo similar. Los archiconectores son esencialmente partículas elementales de valor relacionante, que se pueden completar en sus diferentes realizaciones con palabras llenas o con sintagmas que matizan, precisan y sofistican la naturaleza de dicha relación». Así, por ejemplo, el archiconector *más tarde* puede tener realizaciones como *más tarde*, *segundos más tarde*, *dos horas más tarde*, *poco tiempo más tarde*, etc. (2015: 17).

Hemos incluido, así, variantes como: *un día después*, *un año antes*, *semanas después*, *poco antes*, etc.:

(98) Se plantó en Eindhoven y anotó dos de los cuatro tantos al Middlesbrough siendo nombrado el MVP de la final y coronando al Sevilla como campeón europeo. **Tres meses después**, también marcaría en la rotunda victoria ante el Barcelona en la Supercopa de Europa en Mónaco. (Roberto Pardo y Fede Quintero, «El MVP de Eindhoven apuesta por el Sevilla», *Marca*, 12-03-14, 24).

(99) En la jornada de hoy, un Inglaterra-Irlanda arrastra mucho más que rugby. Enemigos eternos, los soldados del Trébol quieren el Grand Slam y para ello deben salir triunfales de Twickenham, santuario de este deporte. La Inglaterra de Lancaster es la única capaz de pararles en un choque frontal. **Dos horas y media antes**, en Roma, se talla la madera para la Cuchara. (José A. Vera, «Y el Dragón resucitó», *Sport*, 22-02-14, 33).

*Después* es mucho más usado que *antes* en nuestro corpus. El valor básico de *después* como conector temporal es el de indicar posterioridad temporal entre las acciones narradas o en la enunciación. También se utiliza en enumeraciones, en correlación con *primero* (Fuentes, 2009):

(100) Primero se acabará con las carencias y, en 2015, subirán ya las rentas”, comenta Martínez Avial que destaca que la opinión masiva de los propietarios es que, **primero**, se recuperará el mercado de Madrid **y después**, casi un año después, el de Barcelona. (R. R., «Los dueños de oficinas, optimistas sobre la recuperación del mercado». *Expansión*, 27-02-14, 11).

El uso de estos conectores temporales se relaciona con los antecedentes y sucesos previos y posteriores o consecuentes de la noticia, por ello aparecen junto a deícticos temporales que apuntan a las coordenadas de la enunciación, operación discursiva característica del género informativo periodístico, como en los siguientes ejemplos:

- (101) Entre las medidas del club para que los socios cuenten con toda la información se encuentra la exposición permanente (al lado de la Botiga del club), pero también la exposición itinerante. Una iniciativa que permite que la exposición también se conozca fuera de Barcelona y que **ayer** ya se puso en ruta. Concretamente en Badalona. El acto se celebró en el Centro Internacional de Negocios-BCIN y contó con la ponencia del vicepresidente Javier Faus, así como el directivo Sílvio Elías y el exjugador Tente Sánchez. También les acompañó el vicepresidente Manel Arroyo. El propio Faus ya insistió, **un día antes**, en la viabilidad del proyecto en la presentación de la exposición permanente para la prensa. (D. P., «La exposición itinerante del 'Espai Barça' ya está en ruta», *Sport*, 07-03-14, 19).
- (102) La gira europea comenzará **a principios de junio**, en el Stade de France, en París y proseguirá por Landgraaf, en Holanda, en el Festival Pinkpop. **Después**, por vez primera en la historia de la banda, habrá una actuación en Israel, en el estadio Ramat Gan, junto a Tel Aviv, **el martes, 10 de junio**. (Julián Ruiz, «Los Rolling Stones regresan al Calderón», *El Mundo*, 05-03-14, 43).

En cuanto a *entonces*, se trata de un conector que adquiere múltiples valores (temporal, consecutivo, condicional, discursivo continuativo, conclusivo...). En su significado temporal es anafórico, pues establece una relación entre las acciones de sucesión temporal o enmarque (Fuentes, 2009: 154). Pons (1998) realiza un exhaustivo análisis de *entonces*, relacionado con su uso en el registro informal de la lengua, y documenta el valor temporal prototípico de este conector, equivalente al descrito por la tradición gramatical e intercambiable por el sintagma adverbial *en ese momento*. Si aparece en correlación con otras indicaciones temporales adquiere también valor anafórico, cuando «el segundo elemento temporal, en posición inicial de la proposición en que se inserta, marca a la vez el principio de la segunda acción y recupera anafóricamente la primera» (Pons, 1998: 144). Como *antes* y *después*, funciona como archiconector con palabras que especifican el punto concreto, el inicio o el final de la trayectoria temporal, y que ponen en relación los acontecimientos anteriores o posteriores:

- (103) Pero el paso más importante llegó hace dos semanas, cuando la Fiscalía del Estado autorizó a los bancos a aceptar el dinero de los dispensarios o a conceder créditos a quienes hacen negocios con esta droga. **Hasta entonces**, esta industria trabajaba exclusivamente con dinero en efectivo por el temor de los bancos a ser acusados de proceder al lavado de dinero. (R. M. F., «La fiebre de la hierba», *El Periódico de Cataluña*, 28-02-14, 29).
- (104) El alcance de esa transmisión se sabrá a finales de 2014. Entonces, medido el impacto y la carga que puede soportar la cueva gracias a las visitas que arrancaron ayer, se dictaminará si este monumento del arte prehistórico se abrirá definitivamente o no al público. **Hasta entonces**, el ritual será más o menos el mismo: una vez a la semana (aleatorio) todas las personas que compren su entrada para acceder al Museo de Altamira, que abre sus puertas de martes a domingo a las 9.30, participarán en la rueda de la fortuna si lo desean y si tienen más de 16 años. (Elsa Fernández, «Los bisontes ya reciben en casa», *El País*, 28-02-14, 42).
- (105) En 1990 ya 'plastinó' su primer ser humano «con fines médicos». Sólo cinco años después sacó a la luz su colección de cadáveres en Japón **y, desde entonces**, la



exposición 'Body World' ha dado la vuelta al mundo incluyendo, por ejemplo, el cuerpo abierto de una mujer embarazada de ocho meses. (Rosalia Sánchez, «La morgue del 'Doctor Muerte' abre en Berlín», *El Mundo*, 22-02-14, 50).

De todos los conectores temporales analizados, los más productivos son *después* y *entonces*. La utilización de la conexión temporal destaca en las noticias deportivas de *El País*, *El Mundo* y *La Razón*, con respecto a *ABC* y *El Periódico*, entre 6 y 10 puntos. En estos dos últimos medios, la política es la otra temática que hace uso de este recurso. En concreto, en *ABC* es la sección que más casos recoge, mientras que en *El Periódico* es la segunda temática que más ocurrencias presenta, por detrás de deportes. El patrón que se observa en la utilización de este tipo de conexión pone de manifiesto que las referencias temporales son clave en el relato de los acontecimientos deportivos. Por el contrario, las noticias económicas no hacen servir la conexión temporal porque se profundiza en otro tipo de contextualización, pues se trata de informaciones que requieren de explicaciones y aclaraciones, que son introducidas mediante otro tipo de conectores, como veremos más adelante.

Tabla 59. Conexión temporal en periódicos especializados

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
FA	142	354	148	84	57
FN	46	41	36	20	18

En lo que respecta a los conectores que Halliday ubica en la categoría *matter*, que se vinculan semánticamente a un espacio metafórico y que sirven para ampliar un asunto o punto de vista, hemos seleccionado *en ese sentido*, *en este sentido*, *a este respecto* y *al respecto*. Se trata de conectores de tematización, como los denominan Calsamiglia y Tusón (1999) y con valor continuativo, no digresivo; por esta razón, hemos obviado otros conectores de tematización, como *con respecto a* o *en cuanto a*:

(106) El departamento que dirige Ana Pastor ligó este descenso a las nuevas medidas fiscales que entraron en vigor el pasado 1 de enero de 2013, como «el fin de la desgravación fiscal de la primera vivienda y, por otro, el aumento del IVA sobre vivienda nueva», según señaló en un comunicado. Esta situación dio lugar a que numerosas operaciones de compraventa se concentraran en el último tramo de 2012. **En este sentido**, solo en el mes de diciembre de 2012 registraron 69.750 compraventas. (L. M. O., «La compra de viviendas descendió un 17,4% en 2013», *ABC*, 12-03-14, 34).

(107) El consejero delegado no descartó en conversación con Bloomberg que, en caso de que la opa llegue a buen puerto, intenten alcanzar el 100%. “Pensaremos en un futuro

sobre estas cuestiones”, afirmó el directivo español, que está al frente de la mayor constructora alemana desde 2012. **A este respecto**, la oferta para reforzarse en Australia y en Leighton, que entre sus últimos proyectos destaca el del edificar el mayor casino del mundo en Macao, constata el giro de Hochtief hacia su negocio core tras intentar hacer carrera en los servicios durante la última década. (Á. Romero, «ACS aumentará su control sobre la australiana Leighton con una opa», *El País*, 11-03-14, 28).

Los resultados en el uso de este tipo de conector son contundentes, pues en todos los medios generalistas las noticias económicas son las que hacen un mayor uso. Destaca, en especial, la frecuencia de *La Razón*, con 31 casos, y la de *El Mundo*, con 29. Los temas políticos son también propensos a utilizar esta conexión, pues permiten incorporar otros aspectos del mismo tema, por tanto, tiene un cariz explicativo. A veces, también adquiere carácter conclusivo. Fuentes (2009: 131) documenta su uso en textos cultos y señala que es habitual en los textos argumentativos. En la noticia, las informaciones políticas y económicas tienden a utilizar recursos argumentativos y un lenguaje más formal que, por ejemplo, la sección de deportes; por ello, el uso de este tipo de conexión concuerda con el estilo que se espera de estas secciones. Por otra parte, en los medios especializados, los datos favorecen también a los medios de temática económica. Especialmente, obtiene una cifra significativa *Cinco Días*, con una FN de 19 ocurrencias. Por el otro lado, en los deportivos, resalta *Sport*, con 10 casos por cada 100.000 palabras.

**Tabla 60.** Conexión de tematización. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
FA	36	66	79	62	16
FN	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
Sección +	Economía: 13	Economía: 29	Economía: 31	Economía: 25	Economía: 8
	Deportes: 5	Política: 9	Política: 13	Política: 13	Política: 3
	Sociedad: 4	Deportes: 8	Sociedad: 11	Sociedad: 9	Cultura: 3
	Política: 2	Sociedad: 7	Cultura: 5	Deportes: 2	Sociedad: 1
Sección -	Cultura: 1	Cultura: 3	Deportes: 3	Cultura: 1	Deportes: 0

**Tabla 61.** Conexión de tematización en periódicos especializados

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
FA	6	68	40	36	61
FN	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>19</b>

4.4.1.2. La conexión causal-consecutiva

**Tabla 62.** Conexión causal-consecutiva. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
FA	289	254	268	212	141
FN	<b>32</b>	<b>39</b>	<b>45</b>	<b>33</b>	<b>24</b>
Sección +	Economía: 46	Economía: 57	Economía: 55	Política: 37	Economía: 27
	Sociedad: 33	Política: 40	Sociedad: 50	Sociedad: 35	Política: 27
	Política: 31	Sociedad: 38	Política: 44	Economía: 34	Sociedad: 22
	Cultura: 27	Deportes: 31	Cultura: 42	Cultura: 26	Deportes: 21
Sección -	Deportes: 26	Cultura: 28	Deportes: 34	Deportes: 24	Cultura: 16

**Tabla 63.** Conexión causal-consecutiva en periódicos especializados

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
FA	99	364	126	151	120
FN	<b>32</b>	<b>42</b>	<b>30</b>	<b>36</b>	<b>38</b>

En la conexión causal-consecutiva se han seleccionado los siguientes conectores: *de esta forma, de esa forma, de esta manera, de esa manera, de este modo, de ese modo, por eso, por esa razón, por lo tanto, por tanto, así pues, por ende y por consiguiente.*

En primer lugar, respecto al valor consecutivo, la interpretación consecutiva de conectores como *así pues, por tanto, por lo tanto, por ende, de este modo y de ese modo* se vincula deícticamente:

La presencia del demostrativo *ese* contribuye a que la locución adverbial de ese modo remita a la situación que se acaba de describir. No obstante, no identifica en ella un determinado modo, sino que introduce cierta consecuencia que se deduce del estado de cosas presentado, al igual que ocurre con *por tanto, por consiguiente* y otras locuciones similares. (NGLE, 2009: § 30.13n)<sup>131</sup>

Lo mismo ocurre con los nexos *por eso* y *por esa razón*, «grupos preposicionales de sentido causal que retoman un enunciado precedente» y que semánticamente contribuyen al nivel composicional (NGLE, 2009: § 30.13ñ). Portolés y Martín Zorraquino (1999) consideran que estas estructuras no son marcadores del discurso:

<sup>131</sup> Halliday ubica algunos de estos conectores en la clase paratáctica de manera; nosotros la hemos aglutinado en este grupo causal-consecutivo, por las razones que aduce la NGLE.

Mientras que *por consiguiente* es un marcador del discurso, no lo es *por este motivo*. Ello se manifiesta en que el primero se encuentra gramaticalmente fijado –es un adverbio– (*\*por consiguientes*), mientras que *por este motivo* conserva su capacidad de flexión y de recibir especificadores y complementos (*hasta por estos pequeños motivos*). De acuerdo con esta propiedad de los marcadores, tampoco se estudiarán dentro del presente capítulo otros sintagmas que poseen un comportamiento gramatical semejante al de *por este motivo*, *por ello*, *por eso*, *por esto*, *por esta razón*, *por esta causa*, *a causa de esto*. (1999: 4060).

Para Cuenca (2010: 84), tampoco son conectivos, sino referenciales. Sin embargo, Calsamiglia y Tusón (1999), Briz, Pons y Portolés (2008), Fuentes (2009) o Bustos (2013a) sí los reconocen como conectores discursivos de base causal. *Por eso* es, en palabras de Fuentes (2009: 276), un conector muy frecuente en español, aunque no está completamente gramaticalizado, porque admite extensiones y enfatizaciones (*por eso mismo*, *por eso precisamente*). En el lenguaje de la noticia es el nexa más usado de la conexión causal-consecutiva, cuya función es introducir una consecuencia de los hechos del miembro del discurso anterior. En el *DPDE* aparece definido como una partícula que «introduce una información ya conocida o presupuesta (que no se plantea como nueva) y la presenta como resultado o consecuencia del miembro previo, al que señala ahora como la causa explicativa de dicha consecuencia. La importancia informativa recae más en el primer miembro (la causa) que en el segundo (la consecuencia)»:

(108) A Millet se le notaba cansado y en algún momento se le cerraron los ojos. Pero respondió a su letrado Abraham Castro, que intentó, sin éxito, que se escuchara la declaración que hizo el acusado durante la instrucción para que pudiera ratificarse. La jueza no lo permitió. **Por eso**, el letrado empezó preguntando al acusado cuántas veces compareció en el juzgado de instrucción por este tema, si entonces contestó a todo el mundo (dijo que sí) y si dijo la verdad. (J. G. Albalat, «Millet niega presiones a políticos para construir el hotel del Palau», *El Periódico de Catalunya*, 11-03-14, 22).

(109) El cigarrillo electrónico es un producto que fue patentado en EEUU, ya en 1964. En 2004, un farmacéutico chino registró su propia versión, que incluía líquido con nicotina. Poco después, el consumo de estos productos y, **por ende**, los puntos de venta se dispararon. (E. Arrieta, «Polémica en torno a la primera ley del cigarrillo electrónico», *Expansión*, 07-03-14, 36).

(110) Juan José Fernández-Figares, director del departamento de análisis de Link Securities, estima que la prima de riesgo española mantendrá su tendencia actual y caerá progresivamente hasta niveles cercanos a los 150 puntos básicos, aunque cree que para ello “será necesario que el precio del bund alemán caiga y, **por consiguiente**, que suba la rentabilidad del bono germano a diez años”. (Alberto Roa, «La prima cae de los 170 puntos básicos y marca mínimos de septiembre de 2010», *Cinco Días*, 11-03-14, 18).

(111) Su reciente paternidad ha incidido en esa madurez que denota su semblante. Medita más las cosas. Es más consciente del paso del tiempo y **por eso mismo** se sacrifica en los entrenamientos para sentirse «orgullosa». (Tomán González-Martín, «Íker Casillas. Un trabajo de cum laude para doctorarse en la Champions», *ABC*, 25-02-14, 53).

*Por eso y por tanto* y su variante *por (lo) tanto* son los nexos más frecuentes en todas las cabeceras analizadas. Ambos establecen «una relación causa-consecuencia en toda su diversidad» (Fuentes, 2009: 280). En el lado opuesto, *por consiguiente* y *por ende* son los menos frecuentes, quizás porque se trata de locuciones demasiado formales y alejadas del estándar periodístico. *De esta forma* y sus variantes *de esa forma*, *de este modo*, *de ese modo*, *de esta manera*, *de esa manera* también obtiene resultados significativos, aunque son menos frecuentes las variantes con el demostrativo *ese*. Con estos conectores, se presenta el miembro del discurso en el que aparece «como una consecuencia condicionada por el cumplimiento de lo expuesto en un miembro del discurso anterior» (DPDE, 2008: en línea):

- (112) Además, se ha producido otra variación en el comportamiento del fruto consistente en sobreexpresar (es decir, hacer que trabaje más) un gen que regula la transición desde la floración. **De esa manera**, se puede obtener una planta que florece en cuatro meses (menos de la mitad del tiempo habitual). (Jorge Alcalde, «La supernaranja española», *La Razón*, 28-02-14, 45).
- (113) Esta novedad abre la puerta al desarrollo de aplicaciones para el nuevo formato. Spotify ha sido una de las primeras en sumarse. **De este modo**, Apple abre una vía de ingresos adicional en su AppStore, que se nutre de programas para iPhone e iPad. (Rosa Jiménez, «Apple entra en el coche con CarPlay», *El País*, 04-03-14, 60).
- (114) El alto tribunal incorporará en breve al magistrado Ricardo Enríquez para relevar al fallecido Francisco José Hernando. **De esta forma**, el bloque de jueces conservadores tendrá una mayoría de 7 a 5 sobre los progresistas, lo que aumenta las probabilidades de que la declaración de soberanía aprobada por la Cámara catalana el 23 de enero del año pasado sea anulada. (Rafa Julve, «El Parlament estudia pedir que se recuse a varios jueces del TC», *El Periódico de Cataluña*, 12-03-14, 22).

Finalmente, *así pues* se usa de manera moderada en la prensa generalista, frente a su presencia destacada en la prensa especializada en deportes. Llama la atención que no se registre ni un solo caso en la prensa económica:

- (115) En la entidad rojiblanca entienden que Delgado Ferreiro no fue demasiado duro en la redacción del acta y esperan que la sanción no sea excesiva. El Comité de Competición deberá decidirlo en su próxima reunión de mañana. **Así pues**, el Mono Burgos estará lejos del banquillo del Vicente Calderón el tiempo que el Comité estime oportuno. Él sabe que se equivocó y por ello no pondrá pegos al castigo. (J. Casáñez, «El club no recurrirá una sanción al Mono Burgos», *As*, 04-03-14, 15).

La conexión consecutiva también puede adquirir carácter conclusivo, pues puede servir para cerrar todo o una parte del discurso:

- (116) Frente a esta posición se encuentran los sindicatos, que defienden que España ya ha ido más allá de lo aconsejable en la devaluación salarial. Argumentan que de seguir en esta línea España, el poder de compra de los asalariados caerá más y con él, el consumo

y, **por tanto**, la economía tardará mucho más en recuperarse. (M. V. Gómez, «Crece la devaluación salarial encubierta», *El País*, 27-02-14, 23).

En este tipo de conexión se rompe la tendencia de la conexión temporal y sus resultados se sitúan cerca de la conexión temática: las noticias económicas generalistas recogen más conectores causales y consecutivos que el resto de secciones, en especial cultura y deportes, que obtienen las frecuencias más bajas (rondando frecuencias entre los 20 y 30 casos). Así, aparecen 57 conectores en la sección financiera de *El Mundo*; 55 en *La Razón*; 46 en *El País*; 37 en *ABC* y solo 27 en *El Periódico*. En la prensa especializada los resultados siguen la misma línea, con la excepción de *Marca* que fragmenta la tendencia con sus 42 casos. Aun así, *Expansión* y *Cinco Días* presentan más ocurrencias que *Sport* y *As*: 36 y 38 frente a 30 y 32.

La aparición de este tipo de conexión en la noticia periodística se vincula a los efectos, las consecuencias, los resultados o las expectativas de lo acontecido, por lo que no es extraño que aparezcan en el texto las reacciones a dichas consecuencias:

(117) José Luis Martínez Campuzano, estratega de Citi en España, sostiene que “con el crédito en negativo, un crecimiento desigual, una liquidez baja y un euro al alza... se dan muchas condiciones para que el BCE dé un paso más en términos de medidas expansivas”. Espera **por tanto** que el organismo dirigido por Mario Draghi baje los tipos y también suspenda el drenaje semanal de liquidez por el programa de compra de valores SMP (según sus siglas en inglés) que lanzó en el año 2010 y fue sustituido en 2012 por el OMT. (A. Roa y M. Calavia, «El BCE se enfrenta de nuevo al dilema de la deflación», *Cinco Días*, 05-03-14, 21).

(118) La renovación de Sergio García ha dado un nuevo giro en las últimas horas. Hace unas semanas, el propio delantero dejaba entrever que su continuidad era más que complicada, ya que las propuestas que el club había presentado a los jugadores que terminaban contrato eran a la baja. Y el Espanyol ha recogido el guante. Está dispuesto a olvidar esta política de contención de gasto con el capitán, hará una excepción y no le tocará la nómina. **Por lo tanto**, la pelota vuelve a estar en el tejado del delantero. “El Espanyol no puede rebajar la ficha que tiene porque se la ha ganado y es una referencia para el club”, asevera convencido el presidente Collet en los micrófonos de RNE. Por lo tanto, el capitán, si renueva, seguirá recibiendo los mismos emolumentos que hasta ahora. (C. Navarro y Álex Caparrós, «Collet recoge el guante», *Marca*, 28-02-14).

#### 4.4.1.3. Otras conexiones: concesivas, finales, condicionales y comparativas

**Tabla 64.** Conexión concesiva, final, condicional y comparativa. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Concesivas</b>					
FA	116	115	115	80	97
FN	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>16</b>

<i>Sección +</i>	Economía: 15	Economía: 20	Sociedad: 26	Economía: 27	Economía: 25
	Sociedad: 15	Política: 20	Economía: 21	Política: 15	Política: 20
	Política: 13	Deportes: 16	Cultura: 20	Cultura: 10	Cultura: 16
	Deportes: 13	Sociedad: 14	Política: 18	Sociedad: 9	Sociedad: 14
<i>Sección -</i>	Cultura: 7	Cultura: 10	Deportes: 10	Deportes: 5	Deportes: 4
<b>Finales</b>					
<i>FA</i>	45	31	47	51	24
<i>FN</i>	5	5	8	8	4
<i>Sección +</i>	Economía: 9	Economía: 12	Cultura: 13	Economía: 15	Economía: 6
	Sociedad: 6	Sociedad: 5	Sociedad: 11	Deportes: 10	Sociedad: 6
	Cultura: 5	Cultura: 5	Deportes: 8	Cultura: 7	Cultura: 3
	Política: 5	Política: 4	Economía: 8	Sociedad: 7	Deportes: 3
<i>Sección -</i>	Deportes: 1	Deportes: 3	Política: 5	Política: 6	Política: 3
<b>Condicionales</b>					
<i>FA</i>	14	15	18	14	12
<i>FN</i>	2	2	3	2	2
<i>Sección +</i>	Economía: 3	Sociedad: 7	Política: 5	Economía: 6	Sociedad: 5
	Sociedad: 2	Política: 3	Economía: 3	Política: 4	Economía: 3
	Deportes: 2	Cultura: 2	Sociedad: 2	Sociedad: 1	Política: 2
	Política: 1	Deportes: 0	Cultura: 1	Cultura: 0	Cultura: 0
<i>Sección -</i>	Cultura: 1	Economía: 0	Deportes: 0	Deportes: 0	Deportes: 0
<b>Comparativas</b>					
<i>FA</i>	14	16	23	14	9
<i>FN</i>	2	2	4	2	2
<i>Sección +</i>	Deportes: 6	Sociedad: 9	Sociedad: 9	Economía: 4	Economía: 3
	Economía: 3	Política: 3	Economía: 4	Sociedad: 2	Política: 2
	Sociedad: 1	Cultura: 2	Política: 3	Política: 2	Deportes: 2
	Cultura: 0	Deportes: 1	Cultura: 2	Cultura: 2	Sociedad: 1
<i>Sección -</i>	Política: 0	Economía: 0	Deportes: 1	Deportes: 1	Cultura: 0

En primer lugar, respecto a la conexión concesiva, se han seleccionado los siguientes nexos: *aun así*, *y eso que*, *en cualquier caso*, *en todo caso*, *con todo*, *así y todo*. Se trata de conectores con los que se pretende «introducir el efecto contrario al que se seguiría con la causa» (Fuentes, 2009: 388). Hay, por tanto, una divergencia entre los dos enunciados relacionados, aunque se pueden utilizar todos ellos en los mismos contextos.

Con *aun así* se suspende la realización del primer hecho o se anula su relevancia argumentativa, ofreciendo una conclusión contraria a la que se esperaría del primer enunciado:

- (119) Por eso, en su balance, el crédito promotor y los inmuebles tienen un peso muy inferior al de los otros grandes bancos. **Aun así**, la entidad con el balance más saneado en relación con el ladrillo es Bankinter, que fue, con diferencia, la más prudente de las seis en los tiempos de la burbuja. (Miguel Jiménez, «La banca continúa enladrillada», *El País*, 09-03-14, 38).

En cuanto a *y eso que*, se trata de una fórmula enfática que introduce «una posible causa que ha sido ineficaz al operar en sentido contrario a lo enunciado en la primera oración» (NGLE, 2009: § 47.16o). La NGLE especifica que esta construcción no se suele usar en los registros más formales, algo que se cumple en los resultados de análisis de nuestro corpus periodístico, ya que, aunque el uso de la conexión concesiva, en términos generales, favorece a los medios especializados en economía, el uso de *y eso que* es predominante en la prensa deportiva, donde se obtiene una FN media de 6 casos, frente a la FN media de un solo caso en la prensa económica. Su uso en la noticia deportiva está en consonancia con su estilo más informal, cercano a la inmediatez comunicativa, aunque contrasta, como veremos en la segunda parte de este epígrafe, con el gran uso de conjunciones estructurales para incorporar las circunstancias de la información. Los siguientes ejemplos adelantan este rasgo, en el que se combinan la ampliación paratáctica y la hipotáctica:

- (120) La amistad entre ambos data desde que coincidieron en Newell's a los 17 años (Pautasso es solo ocho meses mayor que el Tata). **Y eso que** no tenían casi nada que ver, ya que Pautasso actuaba como central y destaca por su contundencia aunque sabía salir con el balón jugado, mientras que Martí no era un centrocampista estilista con excelente toque de balón. (David Rubio, «La hora de Pautasso», *Sport*, 01-03-14, 7).
- (121) Desde el primer momento desprendió un desparpajo casi insultante **y eso que** Emery lo colocó en una banda. Como si llevara toda la vida en el primer equipo, Carlos pedía la pelota, encaraba, driblaba e intentaba regatas complicadas. (Fede Quintero y Kiko Hurtado, «El 'rookie' Carlos», *Marca*, 04-03-14, 30).

En lo que respecta a *con todo*, Fuentes (2009: 80) recalca su valor enfatizador y su fuerza argumentativa, pues introduce una conclusión contraria a las expectativas creadas por el enunciado anterior, cuya argumentación deja en suspenso. Puede aparecer tras una serie de argumentos o después de un solo argumento de peso:

- (122) En concreto, el comisario de Asuntos Económicos y Monetarios, Olli Rehn, destacó que el Gobierno de Mariano Rajoy ha realizado un ajuste significativo a lo largo del último año y que, de mantenerse la tendencia actual, posiblemente seguirá reduciendo sus desequilibrios de forma gradual. **Con todo**, siguen existiendo riesgos, pues «España tiene desequilibrios macroeconómicos que requieren un control especial y una acción decisiva». (C. Herrero, «España sale de la lista negra europea de países en riesgo», *La Razón*, 06-03-14, 30).

*Así y todo* es una variante de *con todo* y funciona igual, tanto en el plano informativo como en el argumentativo:

- (123) Ahora, tras un escándalo en el que esta entidad, el mayor banco de EE UU, perdió miles de millones en una inversión en deuda soberana y pese a las multas que tuvo que



pagar, a Dimon se le dobló la remuneración el pasado ejercicio hasta los 20 millones de dólares. **Así y todo**, según Mark, “el linchamiento debe parar”. (Sandro Pozzi, «Los más ricos de EE UU también lloran», *El País*, 25-02-14, 43).

*En cualquier caso y en todo caso* son los conectores concesivos más frecuentes en la noticia periodística de los que hemos analizado en este tipo. Marca un giro en el enunciado con una información que se muestra más relevante que la anterior, con lo que se anulan los argumentos anteriores. Por esta razón, Fuentes (2009) reconoce dos valores que añaden estos conectores al primer miembro del discurso, el de rectificación y el de hipótesis o posibilidad, como se puede observar en estos ejemplos:

- (124) Pocos meses después de llegar, en febrero de 2012, trató de llamar a la rebelión para que sus seguidores acabaran con la revolución, según pidió a través de unas declaraciones a la cadena Al Arabiya. «Las palabras que acaba de pronunciar Saadi Gadafi en Niamey son inaceptables», dijo seguidamente el presidente de Níger, Mahamadou Isouffou, en una entrevista con el diario «Le Monde». **En todo caso**, el riesgo a una posible ejecución si era repatriado es lo que le ha mantenido en Niamey. (Luis de Vega, «Níger entrega a Libia a Saadi, el hijo futbolista de Muamar Gadafi», *ABC*, 07-03-14, 32).
- (125) La labor será conjunta, del bloque, aunque los nombres de Mario Suárez y Gabi cobran especial importancia en este sentido. Suyo debe ser el dominio del centro del campo y suya será, en gran medida, la responsabilidad de frenar al centrocampista blanco. **En cualquier caso**, no todo el trabajo será para Mario y Gabi, ya que Koke y Arda deben ayudar en labores defensivas para tratar de ganar la partida en la medular al Madrid. (Luis Aznar y Ángel Rivero, «Obsesión rojiblanca: frenar a Xabi Alonso», *Marca*, 02-03-14, 8).

Siguiendo la línea de los anteriores tipos de conexión analizados, la conexión concesiva también tiene una presencia mayor en los contenidos económicos. En todos los generalistas, menos en *La Razón*, las noticias económicas tienden a usar conectores de sentido concesivo. En especial, destaca la cifra de *ABC*, con una FN de 27 casos. Aunque en *La Razón* son los temas sociales los que presentan más ocurrencias, las informaciones económicas cuentan con 21 conectores concesivos por cada 100.000 palabras.

En cuanto a la conexión final, se han analizado los siguientes conectores: *para ello*, *para eso*, *a tal fin* y *a tal efecto*. Junto con los consecutivos, los condicionales y los causales, los conectores finales forman parte del paradigma de conectores de base causal para autores como Calsamiglia y Tusón (1999) o Bustos (2013a). Semánticamente, «introducen la causa como meta o propósito que se persigue» (Calsamiglia y Tusón, 1999: 248).

- (126) De hecho, *ABC* ha podido saber que a los dos intranquiliza el bloqueo político que marca las relaciones entre ambas orillas del arco político. «El presidente ofrecerá ampliar el terreno para llegar a consensos básicos. Eso favorecerá al país, más allá de los partidos», explica una fuente parlamentaria. **Para ello**, lo primero que se hará es identificar aquellos ámbitos que todavía quedan para el entendimiento sin los cuales la

estabilidad institucional seguirá lastrada. (Mayte Alcaraz, «Mano tendida al PSOE sobre Cataluña y menos impuestos a las clases medias», *ABC*, 23-02-14, 20).

- (127) No lo dice, pero a nadie se le escapa que el gran sueño de Calderón es entrenar al Betis, aunque sea en Segunda división. **Para eso**, le hacía falta un golpe de efecto. Seguro que el técnico pensaba más en resucitar al equipo, aunque no le diera para quedarse en Primera. (Fede Quintero, «'Match ball'», *Marca*, 19-03-14, 26).

Los conectores finales tienen poca presencia en la noticia, de hecho, *a tal fin* no se ha detectado en el corpus y *a tal efecto* solo se ha registrado una vez en *Expansión*. Por temáticas, en cuatro de los medios generalistas -*ABC*, *El Periódico*, *El Mundo* y *El País*- aparecen con más frecuencia en economía. En la prensa especializada económica, este tipo de conexión se utiliza el doble que en la deportiva (9 y 10 casos por 100.000 frente a los 4 y 5 casos de los deportivos):

- (128) En un primer momento será necesaria una fuerte cobertura del valor de la citada participación comparado con el nominal de la deuda capitalizada, alerta el texto en que trabaja el Gobierno. **A tal efecto**, resultaría de especial interés que las provisiones asignadas a la posición total de deuda pre-capitalización pudieran destinarse a la cobertura del valor de la participación en capital resultante de la reestructuración. (Mercedes Serraller, «Así funcionará el Fondo Midas, el banco malo de las empresas», *Expansión*, 07-03-14, 32).

- (129) Con las rentabilidades de los depósitos y la concesión de hipotecas en sus horas más bajas, algunas entidades financieras tratan de incentivar la domiciliación de nóminas y recibos. **Para ello**, han desempolvado campañas que prometen desde las tradicionales vajillas y televisores hasta tabletas, incluido el iPad. Miriam Calavia, «La banca rescata el gancho de los regalos para atraer nóminas», *Cinco Días*, 26-02-14, 19).

Por otro lado, los conectores analizados con significado condicional son: *en ese caso*, *en tal caso*, *de lo contrario*, *de otro modo*, *de otra forma*, *de otra manera* y *en caso contrario*. Los dos primeros, *en ese caso* y *en tal caso*, tienen significados equivalentes; como indica Fuentes (2009), introducen la conclusión hipotética que se derivaría si se cumple o realiza lo dicho anteriormente. Esta autora considera estas dos locuciones como conectores conclusivos, y únicamente agrupa a las de valor condicional negativo: *de lo contrario*, *de otro modo*, *de otra forma* y *de otra manera*. A este respecto, Bustos (2013a: 135) dice que es más habitual la condición negativa que la positiva, aunque ambas son muy limitadas en el texto escrito.

Los conectores condicionales negativos añaden significados similares, pero con matices. Así, *de lo contrario* introduce «la consecuencia derivada de no cumplirse cierta condición anterior, explícita o presupuesta» (Fuentes, 2009: 94), por tanto, es habitual que aparezcan con «advertencias, amenazas u opciones». *En caso contrario* es una variante y se

utiliza en el mismo sentido. En los ejemplos que siguen se observa el sentido de amenaza o advertencia:

- (130) El jueves, el régimen chino pidió, a través de su Ministerio de Exteriores, que se cancelara el encuentro asegurando que, **de lo contrario**, “las relaciones con China podrían verse seriamente perjudicadas”. (Eva Saiz, «Obama recibe al Dalai Lama pese a la advertencia china», *El País*, 22-02-14, 7).
- (131) Además, estarán obligadas a mantener el empleo en los tres años siguientes al contrato porque, **en caso contrario**, deberán reintegrar las cantidades ahorradas. Si incumplen el primer año, deberán ingresar toda la reducción; si incumplen el segundo año, el 50% y, si lo hacen en el tercer año, el 33%. (S. Alcelay y M<sup>a</sup> J. Pérez, «Los autónomos tendrán un tercer año de rebaja de cotizaciones», *ABC*, 01-03-14, 37).
- (132) El pasado día 11, la jueza Mercedes Alaya dictaba un auto por el que imponía una fianza civil de 29.568.129,20 euros a la ex ministra de Fomento y ex consejera de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía, y le otorgaba el plazo de «una audiencia», es decir, 24 horas, desde el momento de notificación a su representación procesal, para hacer frente a la misma. **En caso contrario**, se embargarían sus bienes. (F. Velasco, «El embargo de bienes de Magdalena Álvarez podría ser inmediato», *La Razón*, 18-03-14, 15).

*De otra forma, de otro modo y de otra manera* son variantes de la misma locución.

Los tres introducen «la consecuencia posible, no realizada, que surgiría de la no realización de lo dicho en el primer enunciado» (Fuentes, 2009: 96), por lo que es habitual el uso del futuro hipotético:

- (133) Otro uso de los drones con futuro es la inspección de molinos de viento, pues pueden tomar fotografías con las palas del molino en movimiento que, **de otra forma**, supondría un riesgo mortal para un operario, ya que dichas palas pueden alcanzar una velocidad de giro de 100 kilómetros por hora. (Biel Huguet, «Los drones despliegan sus posibilidades comerciales», *Cinco Días*, 07-03-14, 10).
- (134) Analistas ucranios afirman que la suspicacia de Kiev ante el federalismo no solo es por temor a la disgregación territorial sino también porque la organización del Estado hace confluir en la élite política de la capital los flujos financieros que, **de otro modo**, se quedarían en las provincias y fortalecerían a las élites locales. (Pilar Bonet, «Crimea llama a las zonas prorrusas a no acatar la autoridad de Kiev», *El País*, 05-03-14, 3).

Desde el punto de vista argumentativo, implican un giro en el tema, una «antiorientación argumentativa» (Fuentes (2009: 96):

- (135) Clío presentó en diciembre del 2012 una denuncia ante los Mossos. «Me sentí humillada, vejada y maltratada. Me vi impulsada a hacer cosas que **de otra manera**, y si no fuera por la necesidad de obtener un puesto de trabajo, nunca me hubiera rebajado a aceptar», aseguró a los agentes. (Jesús G. Albalat, «Una vértebra por el empleo», *El Periódico de Cataluña*, 04-03-14, 30).

Las cifras obtenidas en la conexión condicional son difusas, pues no hay coincidencia en los datos de los diferentes periódicos que pueda dar claves sobre la tendencia general.

Pese a ello, se trata de conectores poco explotados en el lenguaje de la noticia, con FN escasas:

(136) Su principal riesgo es que los garfios que lo sujetan al ventrículo se desprendan, y el marcapasos migre hasta el pulmón, causando allí un problema. **En ese caso**, sí habría que operar. (Àngels Gallardo, «El Clínic implanta el marcapasos inalámbrico menor del mundo», *El Periódico de Cataluña*, 19-03-14, 32).

En los medios especializados, *Expansión* es el que presenta una frecuencia normalizada más alta, aunque también es reducida: 4 frente a 3 de *Cinco Días* y *Marca*, y a 2 de *As* y *Sport*.

Los conectores a los que hemos llamado *comparativos*, por semejanza conceptual al término que utiliza Halliday, son aquellos que establecen una relación de similitud o comparación, aunque la mayoría de los autores del ámbito hispánico los incluye dentro de los conectores aditivos<sup>132</sup>. Se trata de los siguientes conectores: *del mismo modo*, *de la misma manera*, *de manera similar*, *de forma similar*, *de modo similar*, *de la misma forma*, *de igual forma*, *de igual modo* y *de igual manera*<sup>133</sup>. Aunque en muchos contextos puedan usarse como sinónimos, semánticamente tienen significados que difieren sutilmente. Así, los que incorporan el adjetivo *mismo* son para Fuentes (2009) una variante de la estructura *de igual forma*, que no está totalmente gramaticalizada. Lo mismo ocurre con los formados con *similar*. De hecho, solo se ha registrado una sola ocurrencia en todo el corpus de la combinación *de manera similar*:

(137) En la cripta de Oglethorpe se guardó una nota que dice: «El mundo se dedica a preservar nuestra civilización para siempre, y aquí, en esta cripta, lo dejamos para ti». **De manera similar**, el Universo ha querido preservar una instantánea de su evolución temprana en los suburbios de la Vía Láctea, y hoy nosotros hemos tenido el privilegio de contemplarla al desentrañar con nuestros telescopios los misterios de la estrella J031300. (Rafael Bachiller, «La estrella más antigua del universo», *El Mundo*, 22-02-14, 46)

---

<sup>132</sup> Así lo hacen Montolío (2001), Portolés (1998), Martín Zorraquino y Portalés (199), Fuentes (2009), Cuenca (2010) o Bustos (2013a). En el *Diccionario de Partículas Discursivas del Español* (Briz, Pons y Portolés, 2008: en línea) se considera el valor comparativo de estas partículas.

<sup>133</sup> Hemos incluido las variantes con *que* de estos grupos en la parataxis: ***Del mismo modo que*** *hiciera ayer Morgan Stanley, la entidad apuntó al mantenimiento de la contención salarial y el incremento de la productividad como las claves para recuperar la competitividad perdida* (Javier G. Fernández, «BBVA calcula que no se recuperará el empleo previo a la crisis hasta 2025», *La Razón*, 19-03-14, 40). Fuentes (2009: 93) recoge en su *Diccionario de conectores y operadores del español* la conjunción comparativa *de igual forma que* como una variante de *de igual forma*. Briz, Pons y Portolés (2008: en línea) documentan las variables con *que* en su *Diccionario de Partículas Discursivas del Español (DPDE)*. Dan cuenta de su capacidad conectiva en el rango discursivo, más frecuente a inicio de miembro discursivo que en posición medial.

Por un lado, semánticamente, las estructuras con *mismo* presentan el fragmento en el que aparecen «como un mismo aspecto de la información o argumentación precedente o como un argumento o hecho informativo de igual peso o importancia que el anterior» (Briz, Pons y Portolés, 2008: en línea):

(138) Así, la comida genera placer y éste nos mueve con mayor ahínco a buscar avituallamientos para el día. **De la misma forma**, el gozo del sexo está vinculado ancestralmente con la reproducción. Sin embargo, existen placeres que, aun estando presentes en todas las culturas, no están ligados con el instinto de supervivencia. Es el caso de la música. (Ángeles López, «Cerebros ‘impermeables’ a la música», *El Mundo*, 07-03-14, 52).

Por otro lado, las locuciones con el adjetivo *igual* presentan «el miembro del discurso en el que aparece como un aspecto o argumento que se añade a otro anterior y que se presenta con la misma importancia o validez en la argumentación» (Briz, Pons y Portolés, 2008: en línea):

(139) La cantidad concreta dependerá del volumen de pisos acumulado por cada entidad financiera o entidad mercantil vinculada. **De igual modo**, se prevén bonificaciones en función del número de pisos afectados que vayan incorporándose a alquiler social. (Àlex Gubern, «Cataluña cobrará hasta 1.650 euros a los bancos por cada vivienda vacía», *ABC*, 05-03-14, 36).

Como se señala en el *DPDE*, a veces, esa relación no es de igualdad, sino de contraste o comparación, en especial en los conectores con los adjetivos *mismo* e *igual*:

(140) El secretario general de la Conferencia Episcopal Española, José María Gil Tamayo, comentó que «están satisfechos» por los resultados de la campaña, aunque «sin triunfalismos». **De la misma manera**, matizó que lo que quieren los obispos es que «la crisis acabe». (J. Beltrán, «Más apoyo a la Iglesia en el IRPF: 249 millones», *La Razón*, 21-02-14, 44).

Los datos que ofrece el corpus son poco significativos, pues se trata de conectores con frecuencias bajas; no obstante, destacan las cifras de la sección de sociedad de *La Razón* y *El Mundo*, con 9 casos por cada 100.000 palabras. Precisamente es *La Razón* la cabecera generalista con una frecuencia normalizada que duplica al resto de cabeceras (4 frente a 2). En el caso de los medios especializados, contrastan los 4 casos de *Cinco Días*.

**Tabla 65.** Conexión concesiva, final, condicional y comparativa en periódicos especializados

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
<b>Concesiva</b>					
FA	36	136	59	63	111
FN	12	16	14	15	35

<b>Final</b>					
FA	12	47	20	37	33
FN	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Condicional</b>					
FA	5	25	7	16	8
FN	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>Comparativa</b>					
FA	2	13	4	4	12
FN	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

#### 4.4.1.4. Ampliación paratáctica con coordinación

Como ya hemos comentado, una de las maneras de ampliar paratácticamente un fragmento del discurso es mediante la combinación de una conjunción coordinante con un conector. Halliday contempla secuencias donde aparecen las conjunciones *y*, *pero* y *o* junto a los conectores que forman parte del paradigma de la ampliación paratáctica. Por esa razón, hemos analizado, por medios y por modelos de medio, las apariciones de estas estructuras.

De todos los tipos de conexión, resaltan, en especial, la temporal y la causal-consecutiva, lo que no sorprende teniendo en cuenta los resultados obtenidos en estas dos clases. También se han obtenido resultados significativos en las conexiones concesiva y final.

En primer lugar, respecto a la conexión temporal, se han alcanzado unos porcentajes que reflejan la progresión en la línea temporal del relato informativo, independientemente de si su uso es oracional o textual, como conjunción cohesiva. Predomina el dato de *El Periódico*, en el que, de todas las conexiones temporales, el 27% aparece acompañada de la conjunción *y*. Otra cifra importante es la de *El Mundo*, con un 20% de aparición de esta combinación:

(141) Todavía no es él, pero se le acerca por momentos y entonces todo es mágico. Más allá del gol, ayer se le vio volver a correr de verdad, la primera vez nada más empezar para robarle un balón a Agüero, **y después** en más eslabones que en unos cuantos partidos. (David Torras, «Europa sienta bien», *El Periódico de Cataluña*, 13-03-14, 48).

(142) En cuanto acabó el partido, Carles Naval, el delegado, repitió un gesto que ha hecho un sinfín de veces. Cogió el balón y se lo entregó a Messi con un gesto lleno de complicidad, mientras sus compañeros fueron uno a uno a abrazarle. **Y entonces** puso a botar la pelota mientras caminaba hacia el túnel de vestuarios después de sacar del túnel del tiempo a Paulino Alcántara. (David Torras, «26 años, 371 goles...», *El Periódico de Cataluña*, 17-03-14, 40).

**Tabla 66.** Ampliación paratáctica. Combinación conjunción-conector. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FA y % respecto al total del tipo)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>y + temporal</b>	71 (19%)	59 (22%)	50 (20%)	34 (15%)	52 (27%)
<b>pero + temporal</b>	7 (2%)	6 (2%)	11 (5%)	2 (1%)	6 (3%)
<b>y + temático</b>	0	4 (6%)	2 (3%)	4 (6%)	0
<b>y + causal-consecutivo</b>	78 (27%)	62 (24%)	48 (18%)	44 (21%)	30 (21%)
<b>pero + causal-consecutivo</b>	0	1 (0,4%)	0	2 (1%)	0
<b>y + condicional</b>	0	1 (7%)	1 (6%)	1 (7%)	0
<b>o + condicional</b>	0	0	1 (6%)	0	1 (8%)
<b>pero + condicional</b>	0	0	0	1 (7%)	0
<b>y + concesivo</b>	8 (7%)	8 (3%)	2 (2%)	1 (1%)	6 (6%)
<b>pero + concesivo</b>	4 (3%)	6(2%)	3 (3%)	1 (1%)	4 (4%)
<b>o + concesivo</b>	2 (2%)	0	0	0	0
<b>pero + comparativo</b>	0	0	1 (4%)	1 (7%)	0
<b>y + final</b>	13 (29%)	6 (19%)	6 (13%)	7 (14%)	3 (13%)
<b>pero + final</b>	4 (9%)	3 (10%)	1 (2%)	3 (6%)	0
<i>FA</i>	289	156	125	101	102
<i>% respecto al total de la ampliación paratáctica</i>	32%	21%	16%	15%	21%
<i>FN</i>	32	24	21	16	17

**Tabla 67.** Ampliación paratáctica. Combinación conjunción-conector en periódicos especializados (FA y % respecto al total del tipo)

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
<i>Nº de palabras</i>	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
<b>y + temporal</b>	26 (18%)	86 (24%)	37 (25%)	16 (19%)	13 (23%)
<b>pero + temporal</b>	10 (7%)	13 (4%)	4 (3%)	0	2 (4%)
<b>y + temático</b>	0	6 (9%)	3 (8%)	1 (3%)	1 (2%)
<b>y + causal-consecutivo</b>	14 (14%)	71 (20%)	32 (25%)	35 (23%)	25 (21%)
<b>pero + causal-consecutivo</b>	0	2 (1%)	0	0	0
<b>y + condicional</b>	0	0	1 (14%)	0	0
<b>o + condicional</b>	0	1 (4%)	0	0	0
<b>pero + condicional</b>	0	0	0	0	0
<b>y + concesivo</b>	1 (3%)	2 (1%)	1 (2%)	0	0
<b>pero + concesivo</b>	2 (6%)	4 (3%)	1 (2%)	1 (2%)	2 (2%)
<b>o + concesivo</b>	1 (3%)	0	1 (2%)	1 (2%)	0
<b>y + comparativo</b>	0	0	0	0	1 (8%)
<b>pero + comparativo</b>	0	1 (8%)	0	0	0
<b>y + final</b>	4 (33%)	19 (40%)	11 (55%)	4 (11%)	7 (21%)
<b>pero + final</b>	0	4 (9%)	0	0	0
<i>FA</i>	58	209	91	58	51
<i>% respecto al total de la ampliación paratáctica</i>	19%	21%	23%	15%	13%
<i>FN</i>	19	24	22	14	16

En el caso de los medios especializados, los porcentajes obtenidos no difieren demasiado entre sí, aunque resaltan especialmente en *Sport* (25%) y en *Marca* (24%).

Ambos medios utilizan la conjunción *y* en combinación con sus nexos temporales en unos porcentajes significativos, pues suponen una cuarta parte de las apariciones:

- (143) Este es, con mayúsculas, el caso de Jorge Remigio Pautasso (Rafaela, 3 de febrero de 1962), quien unió a Gerardo Martino su destino en los banquillos allá por 1998 en Brown de Arrecifes **y, desde entonces**, ha llevado a cabo una labor sorda trabajando codo a codo con el Tata sin tener protagonismo en los medios. (David Rubio, «La hora de Pautasso», *Sport*, 01-03-14, 7).

En cuanto a la conexión causal-consecutiva, la concurrencia de la conjunción *y* con este tipo de conexión se vincula a su valor conclusivo, aunque la conjunción le aporta fuerza argumentativa al segundo fragmento. *El País* es el medio que, en proporción, hace un mayor uso de esta estructura, ya que un 27% de sus conectores causales-consecutivos aparecen acompañados de conjunción. En el resto de medios este porcentaje es más bajo, aunque también resulta determinante para entender que estas estrategias son habituales en el lenguaje de la noticia y que no hay diferencias importantes entre los diversos modelos de medio.

En este sentido, de entre la prensa especializada, destaca *Sport* como medio deportivo, con un 25%, mientras que en el caso de los económicos, la cifra, que supera ligeramente el 20%, llega al 23% de apariciones en *Expansión* y a un 21% en *Cinco Días*. En cambio, en *As*, esta combinatoria solo supone el 14% de los casos registrados. *Por tanto, por lo tanto y por eso* son, de los conectores de este tipo, los que más se utilizan en estructura coordinante:

- (144) Los que vuelan con fines de recreo son considerados aeromodelos. Solo cuando tienen un uso profesional son aeronaves, **y, por tanto**, la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) regula su uso. (Jerónimo Andreu, «El dron español vuela bajo», *El País*, 09-03-14, 42).
- (145) Quiso ser claro y sentó varias premisas: España es un Estado de Derecho donde nos gobierna la ley; «no se asegura el futuro de los catalanes ni su bienestar derribando la ley»; y los españoles no hemos conocido otra condición que la unidad. Por tanto, subrayó que «nadie unilateralmente puede privar al conjunto del pueblo español de su derecho a decidir sobre su futuro», **y por eso** el referéndum no se puede celebrar. (Mariano Calleja, «Rajoy anuncia un impulso al empleo frente al «apocalíptico» Rubalcaba», *ABC*, 26-02-14, 17).
- (146) Esto significa que ya tributaron por IVA **y, por lo tanto**, la venta ahora está sujeta a ITP, un impuesto autonómico y con un tipo impositivo que varía en función de la comunidad autónoma. (Jaume Viñas, «El 'informe Lagares' abarata la compra de una casa usada en 15.000 euros», *Cinco Días*, 18-03-21, 26).

El otro valor con datos interesante es el concesivo, pues también suele combinarse con la adición y con la conjunción adversativa *pero*. Especialmente con esta última, son los especializados los que registran más casos en combinación con *aun así*:



- (147) Según las estimaciones de la propia policía, hace 10 años el 80% de sus recursos se destinaban a investigar y prevenir ataques terroristas palestinos y el 20%, a actividad criminal cometida por israelíes. Hoy esos porcentajes se han invertido. **Y aun así**, los cuerpos de seguridad carecen de suficientes agentes. (David Alandete, «Una ola de crímenes mafiosos sacude Israel ante el desconcierto policial», *El País*, 23-02-14, 12).
- (148) En realidad, la decisión estaba ya adoptada la pasada semana y el PSN lo sabía, **pero aun así** había decidido seguir adelante, retando a la Ejecutiva Federal a encontrar una solución. Ésta no ha llegado. (M. Alonso, «El PSOE veta la moción en Navarra», *El Mundo*, 06-03-14, 8).
- (149) Calderón se ha quejado del cansancio **pero, aun así**, podría contar con nueve de los titulares en Rusia. (Alfredo Matilla, «Óliver se apunta al tributo a El Madrigal ante un Betis furioso», *As*, 02-03-14, 34).

La conjunción disyuntiva *o* se ha registrado en muy pocos usos, combinada con conectores condicionales (*o en caso contrario*) y concesivos (*o en todo caso, o en cualquier caso*), lo que contribuye a su significado contraargumentativo:

- (150) Finalmente, la Comisión propone la supresión del impuesto sobre depósitos bancarios **o, en todo caso**, considerar indelegable este impuesto a las autonomías y también algunas correcciones en el actual impuesto sobre primas de seguros. (Cristina Delgado, «Una vuelta completa a los impuestos ‘verdes’ para que no sean un coladero», *El País*, 15-03-14, 23).

En cuanto a la conexión final, su aparición junto a la adición es recurrente en los conectores *para ello* y *para eso*. Resaltan los porcentajes de uso en los periódicos especializados en deportes, donde, en *Marca*, suponen el 55% de las concordancias del tipo. Es decir, en más de la mitad de los registros con sentido final, la conjunción *y* está presente. Cercano es el dato de *Sport*, un 40%, mientras que en *As* esta combinatoria se da en el 33% de los casos. Los datos obtenidos por el resto de cabeceras también son recalables, especialmente en *El País*, donde un 29% de los conectores finales aparecen acompañados de conjunción copulativa. La estructura con conjunción adversativa, en cambio, es más recurrente en las noticias de información general:

- (151) “En los partidos que vamos a jugar a partir de ahora hay que manejar los nervios y defender esa candidatura que queremos tener. **Y para eso** hay que saber jugar desde el punto de vista psicológico”, prevé. (Macu Briones, «“No hemos tenido un bajón”», *Marca*, 27-02-21, 28).

En este caso, pensamos que el uso junto a la conjunción tiene que ver más con la naturaleza anafórica del conector que con un propósito comunicativo del emisor:

- (152) Pero la adaptación americana es otro cantar, **y para ello**, la NBC no se ha quedado a medias tintas y ha reunido a un equipo de primer nivel para lograr que el aterrizaje de la serie por tierras «yankees» sea lo más exitoso posible. (Julián Herrero, «Laura despeja el misterio y está ya más cerca de EE UU», *La Razón*, 26-02-14, 69).

(153) Con el Scudetto prácticamente en el bolsillo, el líder 'bianconero' busca llegar a 'su' final, **y para ello** debe deshacerse de una Fiorentina que tiene puestas muchas esperanzas en esta competición. (Carles González, «La Fiorentina quiere estropear el sueño turinés», *Sport*, 13-03-14, 33).

#### 4.4.1.5. Conclusiones parciales

Los resultados reseñables con respecto al análisis de la ampliación paratáctica son los siguientes:

- a) En los medios generalistas, *La Razón* es el periódico que registra más ocurrencias de la ampliación paratáctica con una FN de 133 ocurrencias, mientras que *El Periódico* es el que hace un menor uso de conectores, con 83 por cada 100.000 palabras.
- b) En datos generales, la sección de economía es la que más usa la ampliación paratáctica, pues este tema ocupa la primera posición en dos cabeceras y la segunda en las otras tres. En total, las noticias de tema económico de la prensa generalista registran una cifra absoluta de 435 ocurrencias, lo que supone una FN de 118 casos.
- c) La sección de cultura es la que menos ocurrencias registra en el 60% de las cabeceras, aunque en datos globales (teniendo en cuenta la FA y el número de palabras total de todas las secciones de cultura) supone la menor FN: 93 casos.
- d) La sección de deportes es la que recoge más conectores temporales en el 80% de medios generalistas analizados, mientras que la totalidad de los diarios de este modelo recoge el menor número de registros de la ampliación paratáctica de valor temporal en las noticias económicas.
- e) La temática económica sale favorecida en todas las cabeceras generalistas en cuanto al uso de la conexión de tematización.
- f) Las noticias económicas vuelven a ser las que más usan la conexión causal-consecutiva y concesiva en el 80% de los medios de información general.
- g) En el caso de la conexión final, también son las noticias de corte económico las que más uso hacen en el 80% de las cabeceras generalistas.
- h) No hay datos concluyentes acerca de las preferencias en el uso de la conexión condicional y comparativa.
- i) En la prensa especializada, *Cinco días* destaca sobre *Expansión*, mientras que *Marca* lo hace con respecto a *As* y *Sport*, el que registra menos casos.

j) En la prensa especializada, los medios deportivos resaltan en el uso de los conectores temporales, con una FN total de 41 conectores frente a los 19 de la prensa económica, lo que supone el contraste entre un conector por cada 2.400 palabras en el primer caso, y un conector por cada 5.300, en el segundo.

k) No hay diferencias entre ambos tipos de prensa especializada en lo que respecta al uso de la conexión causal-consecutiva, pues los dos modelos obtienen la misma cifra media: 37 conectores por cada 100.000 palabras.

l) En cuanto al resto de la ampliación paratáctica, destacan, de nuevo, los medios económicos, pues recogen el mayor número de conexión de tematización, concesiva, final, condicional y comparativa.

**Tabla 68.** Cuadro-resumen resultados de la ampliación paratáctica

Tipo de medio	Uso de la ampliación paratáctica
<b>Generalistas</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>La Razón</i>
	<i>El Mundo</i>
	<i>ABC</i>
	<i>El País</i>
<i>Periódico -</i>	<i>El Periódico</i>
<b>Sección</b>	
<i>Sección +</i>	Economía
	Sociedad
	Política
	Deportes
<i>Sección -</i>	Cultura
<b>Deportivos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Marca</i>
	<i>As</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Sport</i>
<b>Económicos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Cinco Días</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Expansión</i>

En lo que respecta a los modelos comunicativos empresariales, observaremos, en primer lugar, las corporaciones que tienen representación en los tres modelos de medio. En los tipos de medio generalista y deportivo se produce una concordancia en los resultados, pues los medios de Unidad Editorial (*El Mundo* y *Marca*) destacan por el mayor número de ocurrencias; los del Grupo Prisa (*El País* y *As*), se sitúan en una posición

intermedia, mientras que los del Grupo Zeta (*El Periódico* y *Sport*) registran el menor número de ampliación paratáctica. En el caso de los medios especializados en economía, los resultados son distintos: resalta el medio del Grupo Prisa (*Cinco Días*) frente al de Unidad Editorial (*Expansión*). Finalmente, en cuanto a las empresas que únicamente tienen representación en la prensa generalista, destaca Grupo Planeta, pues *La Razón* es el medio que más registros obtiene de este mecanismo. Por su parte, Vocento (*ABC*) se sitúa en tercer lugar.

**Tabla 69.** Resultados de la ampliación paratáctica por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	116				
<i>El País</i>		99			
<i>El Periódico</i>			83		
<i>La Razón</i>					133
<i>ABC</i>				101	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	116				
<i>As</i>		98			
<i>Sport</i>			97		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	93				
<i>Cinco Días</i>		128			

#### 4.4.2. Documentación y profundización de la noticia: la ampliación hipotáctica

Halliday señala que la estructura propia de la ampliación hipotáctica es la oración adverbial y cinco tipos de circunstancias (2014: 481): «the combination of enhancement with hypotaxis gives what are known in traditional formal grammar as ‘adverbial clauses’. As with parataxis, these are clauses of time, place, manner, cause, and condition». Las oraciones comparativas las ubica Halliday dentro de las de manera, mientras que las finales y las ilativas estarían dentro de las de tipo causal. Asimismo, las concesivas se incluirían en las condicionales. Teniendo en cuenta este punto de partida, en este epígrafe analizaremos la ampliación hipotáctica en la noticia, a partir del uso de las llamadas, de forma tradicional, subordinadas adverbiales propias o circunstanciales (tiempo, lugar y modo) e impropias o no circunstanciales (el resto). Nos centraremos en todos los tipos de oraciones adverbiales, con matices, y no solo en los grupos que reconoce Halliday. A este respecto, desde las teorías de Rojo (1978), se cuestiona el concepto de *subordinación* en el caso de las adverbiales impropias o no circunstanciales y, por ello, se habla de *interordinación*:

Una manera de abordar la relación que contraen las oraciones circunstanciales es a partir de la idea de la interordinación o bipolaridad (Blesa 1982, Cortés Parazuelos 1993, Narbona 1990, Cuenca 1991, entre otros). Desde este enfoque, oraciones como las consecutivas, concesivas, finales, condicionales, causales y adversativas contraen relaciones binarias de dependencia mutua: no se puede decir que una esté subordinada a otra, pues ambas se necesitan para expresar una relación básica. La idea de dependencia mutua ha llevado a hablar de interordinación, como un tipo de relación diferente de la coordinación y la subordinación, para referirse a todas aquellas oraciones en cuyo interior se da una relación de implicación entre las cláusulas que normalmente las constituyen. La bipolaridad supone la complementariedad de ambos constituyentes (Rodríguez Ramalle, 2014: 265).

Desde el punto de vista semántico, la relación binaria básica que se da en las oraciones interordinadas es la de causa-efecto, concretada de formas distintas, como indican Cuenca y Massip (2005: 264):

- (a) Causal: causa real → efecto real
- (b) Consecutiva: causa real → efecto real
- (c) Condicional: causa hipotética → efecto hipotética
- (d) Final: causa hipotética → efecto hipotético

(e) Concesiva: causa no eficiente (tesis) → efecto (antítesis)

Antes de empezar a desgarnar los datos obtenidos en los diferentes tipos de oraciones (y nexos) analizados en este apartado, es necesario tener una visión general de los resultados. Así pues, las frecuencias totales de ampliación hipotáctica revelan una tendencia interesante que, en principio, podría resultar inesperada: las informaciones deportivas y de temas sociales son las que obtienen las frecuencias más altas en todos los medios generalistas. Las cifras se sitúan en un espectro que va de las 579 ocurrencias de *El Periódico* a las 822 de *La Razón*. Esta última cifra resalta si la comparamos con la de las otras cabeceras, pues *El País* tiene 712 casos por cada 100.000 palabras; *El Mundo*, 705 y *ABC*, 654. En la sección de sociedad los números no distan tanto entre sí. Destaca, de nuevo, el periódico *La Razón*, con una FN de 679 casos; le siguen *El País*, con 643, *El Mundo*, con 614, *ABC*, con 610 y *El Periódico*, con 570. La sección de economía obtiene las frecuencias inferiores en tres de las cabeceras analizadas: *El País* (505), *ABC* (490) y *La Razón* (446), mientras que en *El Mundo* y en *El Periódico* son los temas culturales los que recogen menos ampliación hipotáctica (488 y 432, respectivamente).

Estos resultados, por un lado, están en sintonía con la tipología textual narrativa, pues los temas deportivos y sociales se prestan a una mayor narrativización, mientras que la política, la cultura y la economía se adecuan más al modelo expositivo. Por otro lado, aunque pudiera parecer contradictorio por los datos obtenidos en los análisis precedentes, la complejidad oracional o el uso de un estilo cohesionado está presente también en las noticias deportivas de los medios generalistas, lo que refleja que dan respuesta al concepto de *párrafo-nuez* del que hablábamos al principio de este epígrafe: la contextualización de los hechos y, en especial, de los eventos, campeonatos, partidos, competiciones necesitan un análisis de sus circunstancias. Lingüísticamente, esas circunstancias se pueden expresar con lo que tradicionalmente llamamos subordinación adverbial.

**Tabla 70.** Ampliación hipotáctica. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
FA	5.335	3.804	3.705	3.823	3.212
FN	<b>590</b>	<b>578</b>	<b>620</b>	<b>590</b>	<b>539</b>
Sección +	Deportes: 712	Deportes: 705	Deportes: 822	Deportes: 654	Deportes: 579
	Sociedad: 643	Sociedad: 614	Sociedad: 678	Sociedad: 610	Sociedad: 570
	Cultura: 554	Política: 572	Cultura: 643	Política: 590	Política: 566

	Política: 547	Economía: 548	Política: 582	Cultura: 552	Economía: 458
Sección -	Economía: 505	Cultura: 488	Economía: 446	Economía: 490	Cultura: 432

**Tabla 71.** Ampliación hipotáctica en periódicos especializados

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
FA	1.754	6.025	2.696	1.961	1.416
FN	<b>566</b>	<b>691</b>	<b>648</b>	<b>466</b>	<b>450</b>

Así, las oraciones adverbiales habituales en el lenguaje de la noticia escrita en los medios generalistas son las temporales, las causales y las condicionales (Tabla 70). En *El País*, *El Mundo* y *El Periódico* las FN de las temporales son mayores que las causales; sin embargo, en *La Razón* y *ABC* hay un ligero predominio de las causales (177 y 179 casos, respectivamente, frente a 168 y 172). A continuación, las concesivas y las finales también tienen peso, pues se recogen entre 47 y 70 casos por cada 100.000 palabras. Sin embargo, las frecuencias de uso de las oraciones locativas y de las modales sin antecedente, y de las comparativas hipotéticas son anecdóticas. En la prensa especializada, resaltan las mismas clases, aunque hay un claro predominio de las oraciones causales sobre las temporales (Tabla 73), de lo cual se puede deducir un rasgo del estilo de las noticias de información especializada: se tiende a indagar en las causas, motivos, razones e, incluso, orígenes de los hechos, sean en el ámbito deportivo o financiero.

En cuanto a los datos de los medios especializados, destacan también los deportivos, ya que los tres medios de análisis ofrecen los datos más altos: *Marca* registra 691 casos; *Sport*, 648 y *As*, 566. Por su parte, los especializados en economía no llegan a los 500 casos. Concretamente, 466 en *Cinco Días*, y 450 en *Expansión*. Tanto las cifras de los generalistas como estas últimas demuestran que el uso de la ampliación hipotáctica tiene más que ver con el tipo de temática que con el modelo de medio.

**Tabla 72.** Ampliación hipotáctica. Oraciones adverbiales en la prensa generalista (FN por 100.000)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
Temporales	175	172	168	172	157
Locativas	7	5	7	5	2
Modales	6	3	4	3	4
Causales	148	164	177	179	145
Ilativas	17	14	14	11	14

Concesivas	60	62	70	63	49
Finales	47	53	63	51	52
Condicionales	119	98	107	97	109
Comparativas hipotéticas	12	9	9	10	7

**Tabla 73.** Ampliación hipotáctica. Oraciones adverbiales en la prensa especializada (FN por 100.000)

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
Temporales	133	162	173	101	86
Locativas	5	11	5	2	5
Modales	6	9	6	1	1
Causales	157	210	183	146	118
lrativas	15	17	13	11	14
Concesivas	53	70	69	61	66
Finales	44	49	49	44	48
Condicionales	143	156	143	98	110
Comparativas hipotéticas	11	8	7	1	2

Estos datos globales pueden ocultar otros resultados interesantes, por lo que analizaremos en detalle cada uno de los tipos tratados en los siguientes apartados.

#### 4.4.2.1. Subordinadas de tiempo, lugar y modo

Antes de empezar con el análisis cuantitativo de estas oraciones, es necesario introducir algunas cuestiones sobre su caracterización. En primer lugar, respecto a las subordinadas sin antecedente encabezadas por los adverbios relativos *donde*, *cuando* y *como*, la tradición gramatical las denomina subordinadas adverbiales propias por poder sustituirse por adverbios de lugar (*allí*), tiempo (*ahora*) y modo (*así*), respectivamente; sin embargo, como recoge la *NGLE* (2009: § 22.7), en la actualidad se analizan como oraciones relativas libres, pues los relativos integran o lexicalizan la información que corresponde a su antecedente (*momento cuando*, *lugar donde*, *manera como*). A pesar de esta tendencia en los estudios gramaticales recientes, hemos considerado necesario diferenciar las oraciones con adverbios relativos, según la aparición o no del antecedente. Así, las de antecedente expreso las hemos estudiado en el apartado de la elaboración hipotáctica, mientras que en este trataremos las oraciones introducidas por estos adverbios relativos, pero sin antecedente. Nuestra decisión se fundamenta en el nivel del significado, pues desde el



punto de vista de las relaciones lógico-semánticas estas estructuras están más cerca de la ampliación que de la elaboración.

Así pues, este epígrafe complementa los resultados obtenidos en la elaboración hipotáctica, ya que en ese apartado se estudiaron las oraciones relativas explicativas introducidas por los adverbios *cuando*, *donde* y *como* con antecedente. Aquí se han analizado las oraciones introducidas por dichos adverbios, pero sin antecedente expreso. Serían previsibles, por tanto, unos resultados similares a los obtenidos entonces.

Las oraciones adverbiales temporales introducidas por *cuando*, *mientras*, *antes de que* y *después de que*<sup>134</sup> suponen el mayor porcentaje en el uso de las adverbiales propias, especialmente las introducidas por *cuando*, el más productivo en las noticias, por su capacidad de situar los hechos a tres niveles, como indica Deza (2005: 239) en su análisis de este conector en noticias de sucesos: a) *cuando* simultáneo en que un evento tiene lugar dentro del periodo en que tiene lugar otro; b) *cuando* simultáneo en que ambos eventos se desarrollan entre los mismos límites temporales o c) *cuando* con interpretación «en cada una de las ocasiones en que». Al respecto, la *NGLE* (2009: § 24.5h) recalca que la relativa sin antecedente que encabeza *cuando* «puede denotar un punto temporal (*cuando la vi*) o un período (*cuando yo vivía allí*), aunque también puede significar ‘en el tiempo, en el punto, en la ocasión en que’. El punto o el período denotado por estas oraciones puede ser anterior, simultáneo o posterior a la situación designada por el verbo principal»:

- (154) Apoño no perdía tiempo **cuando** en una de las últimas acciones en el Nuevo Arcángel se tiró al suelo y mostraba señas de dolor. (A. G., «Apoño, duda para el sábado, con otras tres bajas», *Marca*, 10-03-14, 54).
- (155) Mientras, César Azpilicueta, que como Torres no juega con España desde la final de la Confederaciones, ha dado toda la razón del mundo a Mourinho **cuando** decidió colocarlo en el lateral izquierdo. (Miguel Ángel Lara, «Thiago y Azpilicueta meten la cabeza», *Marca*, 01-03-14, 15).
- (156) El mayor riesgo es que el exceso de información puede reducir la confianza en el poder de las autoridades monetarias. **Cuando** llegue una crisis, la sensación de que todos los bancos centrales son muy falibles hará más probable que se desate el pánico. (Antony Currie, «Un bocado mayor para los banqueros», *Cinco días*, 17-03-14, 28).

---

<sup>134</sup> No se han contemplado los nexos *antes que* y *después que*. Se trata de nexos que, con valor temporal, se utilizan poco en el lenguaje de la prensa. Además, en el caso de *antes que* su mayor uso indica preferencia, no tiempo, como en el siguiente ejemplo: *La recuperación económica española se consolida, pero el Gobierno debe centrarse en recortar gasto público de forma inteligente, antes que en bajar los impuestos*. (Miquel Roig, «Rehn eleva la previsión de PIB de España pero ve difícil bajar impuestos», *Expansión*, 26-02-14, 27).

Asimismo, otro de los valores que señala la *Gramática* es el de inclusión, cuando la subordinada temporal denota un punto incluido en un estado o una situación en curso:

- (157) La Fiscalía y el juez estiman que es necesario interrogar de nuevo a los principales responsables de la trama porque, **cuando** comparecieron, o bien la causa estaba secreta o bien no habían llegado datos de todas las actividades delictivas que hoy se les atribuyen. (Manuel Marraco, «El juez Ruz cita a los cabecillas de Gürtel para cerrar el caso», *El Mundo*, 12-03-14, 1).

Respecto al uso de *mientras* con valor temporal<sup>135</sup>, es dominante el sentido de simultaneidad, aunque también está presente su uso delimitativo, como sinónimo de *hasta que*, con el que se especifica el límite temporal del evento en cuestión.

- (158) **Mientras** llega ese día, en el que el Atlético quizá se esté jugando la Liga, Costa se ha convertido en el principal, y quizá único, rival de Cristiano Ronaldo —que ayer marcó su gol número 25— en la lucha por el Pichich. (David G. Medina, «Otro homenaje que puede traer polémica», *Marca*, 16-03-14, 16).
- (159) El Reus se clasificó después de derrotar a un Voltregà que plantó cara **mientras** le aguantó su preparación física. (Josep Felis, «El Barça busca unas ‘semis’ donde ya están Reus y Vendrell», *Sport*, 28-02-14, 40).
- (160) El objetivo, recordó es seguir sumando. “La salvación está a 42 puntos y **mientras** no los consigamos, hay que seguir sumando”, declaró Tena. (Germán Bona, «“El empate nos sabe bien tras hacer un partido meritorio”», *Sport*, 02-03-14, 28).

La *NGLE* (2009: § 23.13ñ) destaca, en este caso, que «en su interpretación temporal (no así en la adversativa), *mientras* denota un intervalo que puede solaparse con otro o bien abarcarlo, lo que favorece la aparición de tiempos imperfectivos. [...] No obstante, *mientras* también admite paráfrasis con la preposición *durante*, por lo que es esperable que en tales contextos sea compatible con el pretérito perfecto simple»:

- (161) ¿Cuánto le queda de recuperación? “Soy optimista, la semana que viene ya empiezo a correr”, aseguró a AS **mientras** era transportado a la segunda planta del estadio gracias a unas escaleras mecánicas. (J. L. Guerrero, «Khedira: “Empiezo a correr ya la semana que viene”», *AS*, 27-02-14, 12).
- (162) El luso, segundo capitán del equipo, ya pisa el césped y ayer, **mientras** sus compañeros se ejercitaban en el Cerro, saltó al césped para correr con Óscar Pitillas, recuperador del club. Lo hizo, además, calzando las botas de jugar. (D. G. Medina, «Manquillo y Tiago aceleran su recuperación», *Marca*, 06-03-14, 30).

---

<sup>135</sup> Se ha hecho una revisión posterior para obviar el *mientras* con valor adversativo. En algunos casos es difícil deslindar el valor adversativo del temporal, donde parece que ambos coexistan, como en: *Mientras el Inter trabaja en su resurrección futbolística con Erick Thohir al frente y el Milan de Berlusconi sigue cayendo en la decadencia, el poder de la Juve se catapultó por encima de todo el Calcio* (Ezzio Rossi, «La Juve prepara la fiesta», *Sport*, 10-03-14, 29). Esos ejemplos se han mantenido. Por otro lado, en otros casos se puede interpretar un valor condicional que, sin embargo, no pierde enteramente el significado temporal (*NGLE*, 2009: § 31.13K), por esa razón, estos ejemplos también han sido considerados en el análisis: *Con uno y con otro el equipo rojiblanco asaltó San Siro, feudo del Milan mientras no se demuestre lo contrario* (Pablo García, «San Diego puede con San Siro», *Marca*, 20-02-14, 2). Además del valor condicional, marcado por el uso del subjuntivo y la negación, se sobreentiende la paráfrasis «durante el tiempo en que».

- (163) Los cuatro también se mostraron unánimes a la hora de señalar que **mientras** Miguel Blesa fue presidente de la caja –hasta enero de 2010–, siempre les transmitió sensación de que la caja era “solvente” y que había absoluta “tranquilidad” sobre el futuro de la entidad. (Jorge Zuloaga, «El consejo de Blesa se lava las manos respecto a las preferentes», *Expansión*, 05-03-14, 21).

Respecto a las marcas de anterioridad o posterioridad, hemos incluido entre los resultados las expresiones «diferenciales» (*NGLE*: § 31.14e), pues sitúan el momento concreto anterior o posterior a los hechos narrados:

- (164) **Semanas después de que** la Organización Médica Colegial y el Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo alertasen de que la regulación aprobada por el Congreso de los Diputados «se queda corta», un caso de neumonía lipoidea ha hecho que saltasen todas las alarmas de la comunidad sanitaria. (Jorge Pan, «Diagnostican la primera neumonía por usar cigarrillos electrónicos», *ABC*, 14-03-14, 40).
- (165) Ahora, la edil ha sido citada a declarar como imputada por un presunto delito contra la Administración Pública, tras haber votado hace ocho años y medio a favor de vender a la baja unos terrenos municipales para construir una macroubanización con campo de golf que, **poco antes de que** el PSOE perdiera la Alcaldía, fue declarada nula de pleno derecho por la Junta de Andalucía. (Manuel María Becerro, «Una imputada en el comité ético del PSOE andaluz», *El Mundo*, 09-03-14, 10).

Destaca el uso de *después de que*, prácticamente en todas las secciones de todas las cabeceras. Se debe a que tiene relación con la causalidad, fenómeno que, como hemos visto, es muy productivo en el lenguaje de la noticia periodística. En ejemplos como el que sigue, se puede inferir que «el evento posterior está motivado por el anterior» (*NGLE*: § 24.5m):

- (166) Bordiú está imputado por los delitos de atentado contra la Guardia Civil y conducción temeraria, **después de que** uno de los agentes que protagonizaron el incidente lo identificara como conductor del todoterreno (M. Pina, «Francis Franco rendirá cuentas con la Justicia el próximo jueves», *ABC*, 18-03-14, 58).

Las conjunciones subordinantes temporales marcan el desarrollo de la acción en las secuencias narrativas, por lo que es habitual que se usen junto con otros adverbios temporales o deícticos, lo que hace avanzar el discurso:

- (167) **Mientras** conducía por Dahiyeh, barrio controlado por el partido-milicia chií Hezbolá y sacudido por cinco atentados desde el verano (el último, **un día antes** de su arresto), fue detenido como sospechoso de terrorismo **después de que** dos policías le hiciesen bajar del coche a punta de kalashnikov), (Laura J. Varó, «Terroristas’ con bombas de gomaespuma» *El País*, 28-02-14, 48).
- (168) De hombre fuerte de Esperanza Aguirre al más absoluto ostracismo. Así podría resumirse la carrera política de Francisco Granados, que **ayer** anunció que **hoy** renunciará a su escaño tanto en el Senado como en la Asamblea de Madrid, **después de que el miércoles** saliera a la luz pública que ha tenido una cuenta bancaria en Suiza.

(Patricia Martín, «Granados deja el Senado por el escándalo de su cuenta en Suiza», *El Periódico de Catalunya*, 21-02-14, 20)

(169) ¿Qué más muestran los vídeos? Que los inmigrantes comenzaron a lanzar piedras y a ponerse agresivos **después de que** se produjeran las primeras muertes, **cuando ya** se estaban trasladando los cadáveres.. (Olga R. Sanmartín, «Devueltos por la puerta de atrás», *El Mundo*, 22-02-14, 14)

Si nos fijamos ahora en los datos, las adverbiales temporales obtienen unos resultados parecidos en los medios generalistas, en frecuencias que oscilan de los 157 casos en *El Periódico* a los 175 casos de *El País* (Tabla 74). En todas las cabeceras la sección de deportes es la que hace un mayor uso con frecuencias que superan los 200 casos en *El País* (265), *La Razón* (254), *ABC* (225) y *El Mundo* (206). En *El Periódico* se registran 190 ocurrencias. En cambio, las noticias económicas utilizan estas estructuras en menor medida, en cifras que van de los 75 casos en *La Razón* a los 118 en *El Mundo*. La justificación de estos resultados es simple: las noticias deportivas se sirven de eventos – campeonatos, competiciones, partidos–, en los que el anclaje temporal es esencial para ubicar al lector. Por el contrario, las informaciones financieras tratan otro tipo de contenido, de índole más expositiva, que no exige referencias temporales tan precisas.

Finalmente, cabe destacar que las relativas libres de tiempo sin antecedente expreso son mucho más frecuentes en el lenguaje de la prensa que las relativas con antecedente (vid. supra epígrafe 4.2.2.), lo que sugiere que la expresión del tiempo en las noticias no se limita a localizaciones temporales directas de los hechos, sino que es más importante la contextualización a través de secuencias que manifiestan diferentes valores: simultaneidad, posterioridad, anterioridad o inclusión.

En los medios especializados, se observa que los medios deportivos registran cifras inferiores a las aparecidas en la sección de deportes de los generalistas. En los deportivos, *Sport* registra 173 ocurrencias; *Marca*, 162 casos y *As*, 133, cifras que no superan, en ningún caso, las más de 200 ocurrencias registradas en la mayoría de generalistas. Sin embargo, en los económicos las cifras son muy similares a las obtenidas en la sección económica de los medios de información general. De estos análisis, se desprenden dos conclusiones: una, hay una mayor tendencia a contextualizar los eventos deportivos en la prensa generalista dado su carácter explicativo frente a la inmediatez informativa de los medios especializados en esta materia y, dos, el modelo de medio no influye en el caso de

la información económica, pues son los temas los que determinan el uso de estas estructuras.

**Tabla 74.** Subordinadas de tiempo, lugar y modo. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
<i>Nº de palabras</i>	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Temporales</b>					
<i>FA</i>	1.579	1.130	1.002	1.113	933
<i>FN</i>	<b>175</b>	<b>172</b>	<b>168</b>	<b>172</b>	<b>157</b>
<i>Sección +</i>	Deportes: 265 Cultura: 184	Deportes: 206 Sociedad: 192	Deportes: 254 Sociedad: 189	Deportes: 225 Cultura: 189	Deportes: 189 Sociedad: 171
	Sociedad: 172	Política: 173	Cultura: 181	Sociedad: 179	Política: 167
	Política: 156	Cultura: 163	Política: 156	Política: 161	Cultura: 129
<i>Sección -</i>	Economía: 102	Economía: 118	Economía: 75	Economía: 80	Economía: 86
<b>Locativas</b>					
<i>FA</i>	59	30	39	33	14
<i>FN</i>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
<i>Sección +</i>	Deportes: 11 Política: 6	Cultura: 7 Deportes 6	Deportes: 14 Política: 7	Sociedad: 6 Cultura: 5	Deportes: 4 Economía: 3
	Economía: 6	Política: 4	Sociedad: 6	Deportes: 5	Sociedad: 3
	Sociedad: 5	Sociedad: 2	Cultura: 4	Política: 5	Política: 2
<i>Sección -</i>	Cultura: 4	Economía: 1	Economía: 0	Economía: 2	Cultura: 1
<b>Modales</b>					
<i>FA</i>	50	17	26	17	23
<i>FN</i>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<i>Sección +</i>	Deportes: 11 Cultura: 9	Deportes: 7 Cultura: 3	Cultura: 9 Sociedad: 6	Deportes: 6 Sociedad: 3	Deportes: 8 Cultura: 4
	Economía: 5	Sociedad: 2	Deportes: 4	Cultura: 2	Política: 4
<i>Sección -</i>	Sociedad: 4 Política: 3	Política: 1 Economía: 1	Política: 3 Economía: 1	Política: 2 Economía: 2	Economía: 3 Sociedad: 0

**Tabla 75.** Subordinadas de tiempo, lugar y modo en periódicos especializados (FA y FN/100.000)

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
<i>Nº de palabras</i>	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
<b>Temporales</b>					
<i>FA</i>	411	1.410	718	426	270
<i>FN</i>	<b>133</b>	<b>162</b>	<b>173</b>	<b>101</b>	<b>86</b>
<b>Locativas</b>					
<i>FA</i>	15	92	21	10	16
<i>FN</i>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
<b>Modales</b>					
<i>FA</i>	20	77	27	6	2
<i>FN</i>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

En cuanto a las locativas y modales, las cifras obtenidas son más discretas, pero aun así merecen análisis. En primer término, al contrario de lo que ocurría con las temporales

introducidas por *cuando*, las subordinadas de lugar o relativas libres sin antecedente expreso introducidas por *donde* son inferiores a las relativas con antecedente, lo que muestra que esta última estructura es mucho más práctica para situar el contexto espacial de los hechos: es importante especificar y concretar en qué espacio, ciudad, provincia, comunidad o país se producen los hechos. El antecedente toponímico es, por tanto, esencial para el anclaje espacial. Las subordinadas locativas no obtienen unos resultados tan claros, pues aunque en tres de los medios analizados es la sección de deportes la que resalta, también ocupan las primeras posiciones las secciones de sociedad y cultura:

(170) 301 partidos con el Barcelona y 101 goles avalan al canario; su trabajo le legitima para jugar **donde** haga falta, y sus títulos le convierten en un futbolista histórico, no solamente del club catalán, sino del fútbol español. (Luis Martín, «Pedro, el mejor socio de Messi», *El País*, 18-03-14, 47).

Política y economía no son tan proclives a su uso, como ya ocurría en el caso de las relativas con antecedente expreso. Se confirma, pues, que en estas secciones importan más los actores políticos y económicos que la contextualización espacial. Por medios, son *El País* y *El Mundo* los que recogen las FN más altas (7), mientras que *El Periódico* registra solo dos por cada 100.000 palabras. Por su parte, *ABC* y *La Razón* registran 5 casos. Estos resultados no distan de los obtenidos por los medios especializados: tres de los cinco medios, *As*, *Sport* y *Cinco Días*, registran también 5 casos. *Marca* sobresale al alza, con 11, y *Expansión* lo hace a la baja, con 2. En estos cálculos, hemos incluido las copulativas enfáticas o de relieve (NGLE: § 40.10b), oraciones en las que aparecen el verbo *ser*, una oración de relativo sin antecedente expreso y un segmento focal:

(171) Tras explicarle que la última decisión la toma, como en todos los periódicos, la dirección en una ulterior reunión, bromea el invitado de ABC. —**Ahí es donde** deciden si hay que arrear más o menos... (Mayte Alcaraz, «Un presidente en la Redacción», *ABC*, 13-03-14, 24).

En segundo término, en cuanto a las oraciones modales, se ha tenido en cuenta el adverbio *como* sin antecedente expreso. Su uso está bastante restringido en el lenguaje de la prensa, al contrario de lo que ocurría con el relativo *como* con antecedente oracional que analizamos dentro de la elaboración hipotáctica (vid. supra epígrafe 4.2.2.). Así, las FN oscilan entre los 6 casos de *El País* a los 3 de *El Mundo* y *La Razón*. La sección que sale favorecida en cuatro de las cinco cabeceras es la deportiva. Resalta *El País*, con 11 ocurrencias y le siguen *El Periódico* (8), *El Mundo* (7) y *ABC* (6). En *La Razón* son los temas

culturales los que más uso hacen de esta estructura (FN de 9). Precisamente, los contenidos culturales son los segundos usuarios de las circunstancias modales también en el resto de cabeceras. En el lado opuesto, las noticias de política y economía registran las frecuencias más bajas, con valores normalizados de 1 a 5 palabras por 100.000. Son más significativos los números registrados en los medios especializados, donde los deportivos obtienen las frecuencias superiores: *Marca*, 9, *As* y *Sport*, 6. Por su parte, tanto *Expansión* como *Cinco Días* registran un solo caso por cada 100.000 palabras. Por tanto, podemos concluir que, tanto en las modales como en el resto de las llamadas subordinadas propias, la temática sí influye en su mayor o menor uso, pues salen favorecidas las secciones más proclives al relato narrativo, como son deportes y sociedad, mientras que en las noticias de política y economía, con una vocación más explicativa, la tendencia narrativa es menor:

(172) Los alcaldes, al menos por ahora, rehúsan hablar de insumisión ante la ley, aunque más de uno reconoce en voz baja que ya se las ingeniarán **como** sea para poder sortearla. (R. J., «Cornudo y apaleado», *El Periódico de Cataluña*, 04-03-14, 23).

(173) Se siguen analizando caso por caso las circunstancias de cada uno y se actuará **como** corresponda en cada situación, procurando soluciones satisfactorias para todos ellos», han aclarado fuentes gubernamentales. (Mónica Bernabé, «España asila a 12 traductores del Ejército en Afganistán», *El Mundo*, 13-03-14, 1)

#### 4.4.2.2. Oraciones causales, finales e ilativas<sup>136</sup>

La *NGLE* (2009: § 46.1 a) da cuenta de que hay un vínculo entre las oraciones causales, las finales y las ilativas, pues todas ellas expresan relaciones de causa-efecto:

Son mayores las conexiones sintácticas y semánticas que existen entre causales y finales que las que se establecen entre estos dos tipos y las ilativas, pero también se reconocen diversos vínculos entre estas últimas y las otras dos. [...]. Las construcciones finales más características expresan el propósito de las acciones o los sucesos, noción que no está desvinculada del concepto de causa. [...] Las construcciones ilativas (también llamadas construcciones continuativas en la tradición gramatical), por último, presentan ciertas informaciones como consecuencias lógicas o naturales de otras aseveraciones de las que se derivan.

---

<sup>136</sup>No hemos analizado en este apartado las oraciones consecutivas ponderativas, por dos razones: por una parte, Halliday no las incluye en su clasificación y, por otra, pensamos que las consecuencias de los hechos del relato informativo tienen la forma de expresión más habitual con las estructuras ilativas.

Las oraciones causales obtienen frecuencias altas en todos los medios, aunque destacan los de tendencias ideológicas más conservadoras: *ABC*, con 179 ocurrencias, y *La Razón*, con 177. En la búsqueda, hemos tenido en cuenta las oraciones causales introducidas por *pues*, *porque*, *ya que*, *puesto que* y *dado que*. De todos estos nexos conjuntivos, el que más se usa es *porque*.

En primer lugar, respecto a *pues*, se han tenido en cuenta las subordinadas causales explicativas pospuestas, que habitualmente son introducidas por esta conjunción. Estas oraciones, como indica la *NGLE* (2009: § 46.3k), «constituyen recursos argumentativos en los que se omite una premisa implícita o un supuesto implícito»:

(174) Pero eso solo pasará si el miércoles acuden a la reunión. Eso es algo que no han decidido todavía, **pues** hay quien reclama antes que se anulen unos precios que multiplican casi por 20 el IPC del 2013. (Carlos Márquez, «Las protestas por el precio del bus y el metro apenas salpican la feria», *El Periódico de Cataluña*, 25-02-14, 6).

De esta forma, se han obviado las apariciones con valor continuativo o ilativo, esto es, cuando *pues* aparece al principio del segmento u oración, y con valor consecutivo, es decir, si aparece en posición medial entre comas. En estos casos, la *NGLE* (2009: § 30.13 j) señala que *pues* funciona como un conector discursivo adverbial.

Con respecto a la conjunción causal prototípica, *porque*, se ha considerado no discriminar el valor final, ya que en él, como ya hemos comentado, subyace la relación causa-efecto:

(175) Y hay tanto afán **porque** así sea que el Senado decidió ayer blindar este cambio legal que introduce la Ley de sobre Tráfico, Circulación de Vehículos a Motor y Seguridad Vial. (Rocío Ruiz, «El Senado blindo la obligación del casco para ciclistas menores de 16», *La Razón*, 06-03-14, 46).

Por secciones, los resultados son bastante uniformes: en todos los medios excepto en *El Periódico*, la expresión de la causa mediante la subordinación prevalece en las noticias deportivas, con las siguientes cifras (Tabla 76): 219 (*La Razón*), 206 (*ABC*), 204 (*El Mundo*), 174 (*El País*). En cambio, las noticias culturales son las que menos causales utilizan en cuatro de las cinco cabeceras analizadas. Así, nos encontramos con las siguientes frecuencias: 140 (*ABC*), 123 (*El Mundo*), 117 (*El Periódico*) y 114 (*El País*). Economía y política se sitúan por debajo de sociedad en el uso de estas subordinadas:

(176) Para Guillén la lesión se produce **porque** «con el pie fijo se fuerza la desviación y se rompe el ligamento cruzado anterior, aunque también hay que examinar el ligamento



lateral interno y el menisco externo, incluso el fémur por si tiene edema óseo, ya que en ocasiones el hueso ofrece una imagen de rotura que no es tal». (José Manuel Cuéllar, «Jesé viajó a Alemania para operarse», *ABC*, 20-03-14, 48).

- (177) «[...] trabajan tanto la Guardia Urbana como los servicios jurídicos y de urbanismo del ayuntamiento, que pretende disponer así de una herramienta para cubrir un vacío legal que facilita la proliferación de esas entidades, algunas de las cuales tienen poco que ver con clubs de autoconsumo, **ya que** emplean la apariencia de asociación como tapadera para traficar. (Antonio Baquero, «Barcelona regulará los clubs cannábicos ante la inacción del Govern», *El Periódico de Cataluña*, 27-02-14, 32).
- (178) Al tratar de parar su difusión, el expresidente intenta limitar los daños que podría causar la aparición de revelaciones más comprometedoras, un riesgo nada improbable **dado que** Buisson era, según le definió ayer su hijo, Georges, “un maniaco del espionaje”. (Miguel Mora, «Cintas piratas en el Elíseo», *El País*, 07-03-14, 10).

En cuanto a las construcciones finales, estas no son tan numerosas en nuestro corpus como las causales,

lo que no resulta extraño si se tiene en cuenta que, desde el punto de vista gramatical –no necesariamente desde el filosófico–, la finalidad es una noción mucho más específica. [...] El concepto de finalidad está vinculado al de intención, lo que restringe de forma considerable los entornos gramaticales en los que se permite. A eso se añade que, frente a la causa, la finalidad no suele obtenerse de las relaciones de contigüidad espacial o temporal, y tampoco de las de coordinación o yuxtaposición. (NGLE: § 46.1q).

Así, hemos buscado las siguientes locuciones conjuntivas con valor final: *para que*, *a fin de que*, *con el fin de que* y *con intención de que*. Estas dos últimas no se usan prácticamente en ninguna cabecera, mientras que *a fin de que* obtiene unos resultados exiguos; por tanto, las frecuencias absolutas pertenecen casi al completo a la prototípica *para que*:

- (179) Latorre destacó que la moderación de los precios es positiva **para que** las pensiones y los salarios mantengan el poder adquisitivo y para aumentar la fortaleza de las exportaciones españolas. (Y. Gómez, «La inflación cae al 0% en febrero pese a la incipiente recuperación», *ABC*, 13-03-14, 46).
- (180) Fuera le aconsejó y se convirtió en el padrino de alguno de sus hijos. Dentro, se encargó de proveerle de balones **a fin de que** la Pantera Negra marcara y forjara su leyenda. (Antonio Jiménez, «Mário Coluna, pilar de la edad de oro del fútbol portugués», *El País*, 26-02-14, 46).

Hay un cambio de tendencia en el uso de las construcciones finales, cuyas frecuencias van de los 47 casos en *El País* a los 63 en *La Razón*. En tres medios, *El Mundo*, *ABC* y *El País*, la sección que más casos obtiene es la de política, con estos números respectivamente: 63, 60 y 55. En *La Razón* y *El Periódico*, predomina su uso en los temas sociales. Por el contrario, los contenidos más desfavorecidos son los culturales, con cifras

bastante más bajas (de 44 en *El País* a 22 en *El Periódico*). Así, en el contexto de la política, las motivaciones ideológicas y los propósitos y objetivos de las instituciones favorecen el uso de este tipo de construcción relacionada con la finalidad de establecer parámetros interpretativos a la información:

- (181) Asimismo, dejó claro respecto a ETA que «no se va a negociar con una organización terrorista» y aseveró que se está trabajando **para que** «su derrota política no se convierta en victoria política». (Álvaro del Río, «España y Francia se unen contra la farsa de la banda», *La Razón*, 21-02-14, 17).
- (182) Es el modelo que ha elegido el Gobierno **para que** las autonomías elaboren sus balanzas fiscales. Mide quién realmente obtiene el beneficio. En el caso de las embajadas el gasto se repercutirá per cápita entre los españoles. (Francisco Núñez, «Las CCAA forales no pagan la mitad de lo que deberían», *El Mundo*, 11-03-14, 14).

**Tabla 76.** Oraciones causales, finales e ilativas. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Causales</b>					
FA	1.343	1.081	1.060	1.157	863
FN	<b>148</b>	<b>164</b>	<b>177</b>	<b>179</b>	<b>145</b>
Sección +	Deportes: 174	Deportes: 204	Deportes: 219	Deportes: 206	Sociedad: 160
	Sociedad: 173	Sociedad: 190	Cultura: 205	Sociedad: 191	Deportes: 152
	Política: 141	Economía: 167	Sociedad: 188	Política: 181	Política: 149
	Economía: 135	Política: 162	Política: 164	Economía: 150	Economía: 125
Sección -	Cultura: 114	Cultura: 123	Economía: 135	Cultura: 140	Cultura: 117
<b>Finales</b>					
FA	422	347	377	329	312
FN	<b>47</b>	<b>53</b>	<b>63</b>	<b>51</b>	<b>52</b>
Sección +	Política: 55	Política: 63	Sociedad: 74	Política: 60	Sociedad: 62
	Sociedad: 48	Economía: 52	Deportes: 73	Sociedad: 51	Política: 58
	Economía: 43	Sociedad: 45	Política: 64	Economía: 44	Economía: 57
	Cultura: 41	Deportes: 42	Economía: 61	Deportes: 40	Deportes: 45
Sección -	Deportes: 32	Cultura: 33	Cultura: 44	Cultura: 38	Cultura: 22
<b>Ilativas</b>					
FA	155	94	83	73	82
FN	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>14</b>
Sección +	Cultura: 23	Sociedad: 23	Cultura: 23	Economía: 17	Cultura: 30
	Sociedad: 23	Deportes: 22	Sociedad: 22	Sociedad: 14	Deportes: 15
	Economía: 23	Economía: 20	Economía: 14	Cultura: 12	Política: 12
	Deportes: 19	Cultura: 17	Deportes: 12	Deportes: 11	Sociedad: 11
Sección -	Política: 9	Política: 9	Política: 8	Política: 9	Economía: 8

En cuanto a las ilativas, se han seleccionado las siguientes locuciones: *así que*, *de manera que*, *de forma que*, *de modo que* y *de ahí que*<sup>137</sup>. En esta clase también hay un claro predominio de la locución *así que* con respecto a las otras formas. Como se puede ver en la Tabla 76, las construcciones ilativas son más limitadas respecto a las causales y finales. Esto puede deberse a que su uso se sitúa «en un plano más elevado de trabazón discursiva», ya que «los elementos sobre los que inciden pueden caracterizarse por mayor amplitud y complejidad sintáctica. Esta propiedad las sitúa además, en opinión de muchos gramáticos, entre las unidades características de la gramática del discurso o del texto» (NGLE, 2009: § 46.11h):

- (183) Ningún alarde de fútbol más allá de los saltos de Santa Cruz podía desnivelar el choque, **así que** la grada quedó a la espera de nuevos fallos, por cómicos que fueran, para que se animase la tarde. (Sergio Fernández, «A Santa Cruz se le acaban los milagros», *Marca*, 02-03-14, 28).
- (184) Aún estaba por explotar el caso Ruby y los bunga-bungas, pero a Il Cavaliere ya le habían salido varios escándalos sexuales. **Así que** enseguida se desataron los rumores en torno a la dama blanca, como fue bautizada la misteriosa chica al ir vestida de los pies a la cabeza de ese color. (I. Hernández Velasco, «La ‘dama blanca’ de Berlusconi», *El Mundo*, 14-03-14, 64).

Desde el punto de vista discursivo, *de ahí que* es una construcción especial con respecto a las otras locuciones ilativas analizadas: presenta la información oracional que introduce como conocida por el lector, «aunque esa suposición sea a menudo retórica». En cambio, las otras conjunciones ilativas presentan la información «como conclusión, corolario o recapitulación de algún razonamiento previo» (NGLE, 2009: § 46.12h):

- (185) En esta espléndida antológica Fernando Marías ha querido dar la palabra al pintor –**de ahí que** algunas de sus certeras frases estén estampadas en las paredes– y poner de relieve su propia mirada. (Natividad Pulido, «Toledo salda con El Greco una deuda de cuatro siglos», *ABC*, 14-03-14, 48).
- (186) Tal y como avanzó Cinco Días el pasado 10 de febrero, los gestores de la política económica del Gobierno estarían interesados en que la patronal y los sindicatos renueven el actual Acuerdo para la Negociación Colectiva 2012-2014 en condiciones muy similares a las actuales, **de forma que** la política de demandas salariales siga bajo control. (Raquel Pascual, «Un pacto por la recuperación», *Cinco Días*, 19-03-14, 28).

En cuanto a los resultados del análisis de las construcciones ilativas en la noticia, lo más significativo se observa en la sección que presenta menos apariciones: la política. En cuatro medios (todos excepto *El Periódico*), los contenidos políticos no son proclives a

---

<sup>137</sup> La NGLE (2009: § 31.1 e) resalta que estas locuciones conjuntivas ilativas son incluidas por algunos gramáticos entre las coordinantes, y por otros entre las subordinantes. Nosotros las hemos considerado en la hipotaxis.

utilizar locuciones ilativas, pues las FN de 8 y 9 casos por cada 100.000 palabras revelan que la subordinación no es un mecanismo habitual para profundizar en las consecuencias. Sin embargo, en *El Periódico*, esta sección es la tercera con mayor uso. Este dato sería irrelevante en cualquiera de los otros medios, pero, en *El Periódico*, la política tiene un peso determinante que favorece un tratamiento ideologizado de la información, como en el siguiente ejemplo, donde se analizan los efectos de las decisiones gubernamentales:

(187) La norma se debatirá ahora en el Senado, por trámite de urgencia como en la Cámara baja, **de forma que**, cuando se apruebe, a finales de marzo, España dejará de ser un referente mundial en el acoso a tiranos o dictadores. (Patricia Martín, «*El Gobierno consume el entierro exprés de la justicia universal*», *El Periódico de Cataluña*, 28-02-14, 20).

Por otro lado, no se pueden extraer unas conclusiones precisas sobre el uso de las oraciones ilativas en el resto de secciones, aunque en tres medios es la sección de cultura la que predomina. Sin embargo, sociedad y economía también obtienen frecuencias similares.

Los resultados son más evidentes en el caso de la prensa especializada, donde hay un predominio de las oraciones causales y de las ilativas en las cabeceras deportivas. Destacan, en especial, los resultados en *Marca*, donde se registran 210 causales y 17 ilativas por cada 100.000 palabras. Sin embargo, no hay diferencias en las frecuencias de las oraciones finales (*Marca* y *Sport* obtienen una FN de 49 casos; *As* y *Expansión* coinciden en 44 casos; y *Cinco Días* presenta 48 ocurrencias). Las frecuencias normalizadas no son muy diferentes a las de las noticias de la prensa generalista y, además, coinciden en parte con lo que ocurría en las secciones de deportes y economía, por lo que en el uso de estas construcciones no influye el modelo de medio, sino que se relaciona con el contenido de la noticia.

**Tabla 77.** Oraciones causales, finales e ilativas en periódicos especializados (FN por 100.000)

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
<b>Causales</b>					
FA	487	1.830	763	615	372
FN	<b>157</b>	<b>210</b>	<b>183</b>	<b>146</b>	<b>118</b>
<b>Finales</b>					
FA	136	430	202	186	151
FN	<b>44</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>44</b>	<b>48</b>
<b>Ilativas</b>					
FA	45	146	56	45	44
FN	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>14</b>

#### 4.4.2.3. Oraciones concesivas, condicionales y comparativas hipotéticas

Las construcciones concesivas y condicionales, consideradas subordinadas adverbiales impropias en la gramática tradicional, responden mejor, para algunos autores, al concepto de interordinación porque establecen relaciones sintácticas de interdependencia entre sus dos miembros, la prótasis y la apódosis. De hecho, en la *NGLE* se la denomina de forma indistinta oración subordinada o construcción concesiva o condicional, aunque se deja claro que el término de subordinada adverbial, para estas dos clases en especial, es dudoso, ya que no hay una correspondencia entre categorías y funciones, como sí la hay en el caso de las subordinadas adjetivas (que realizan la misma función que un adjetivo) y las sustantivas (que hacen la misma función que un nombre), pues no existen adverbios que sustituyan a las oraciones concesivas y condicionales:

Así, las relaciones entre prótasis y apódosis están más próximas a las conexiones lógicas, o en general argumentativas, que se dan entre premisas y conclusiones que a las que se dan entre los predicados verbales y sus modificadores [...]. Los períodos condicionales y concesivos contienen oraciones subordinadas que no están insertas o incluidas en las principales, por lo que hablamos de una relación de interdependencia, en el sentido de que ninguno de los miembros puede ser suprimido sin alterar el significado del conjunto o incluso comprometer la gramaticalidad de la construcción (*NGLE*, 2009: § 47.1g-h).

Por esta razón, como recoge la *NGLE* (2009: § 47.1k), algunos gramáticos proponen excluirlas de la gramática oracional, y sugieren que su lugar adecuado es la gramática del discurso, por su capacidad de introducir argumentaciones; sin embargo, las relaciones entre los dos verbos de la estructura deben analizarse desde el punto de vista oracional.

Ambas son, pues, estructuras bimembres en las que la prótasis y la apódosis pueden ocupar cualquiera de las dos partes de la oración. Su aparición en uno u otro lugar determina la progresión temática del texto:

El carácter temático o remático de la prótasis concesiva depende, en buena medida, de la posición que ocupe en la oración. Al igual que en las condicionales, proporciona información temática cuando aparece antepuesta. Así, aunque la información que la prótasis contenga no haya sido introducida con anterioridad, se presenta muy a menudo (sea de forma real o retórica) como parte de la información implícitamente compartida. [...] Las prótasis condicionales pospuestas se interpretan como información nueva (Saldré a pasear aunque llueva; Ya sabe leer y escribir aunque solo tenga cuatro años), o al menos presentada como tal en ese fragmento del discurso. (*NGLE*: § 47.12l).

- (188) **A pesar de que** UPN había solicitado que fueran citados varios contribuyentes relacionados con las acusaciones vertidas contra Goicoechea y que su petición no había sido atendida todavía, ayer los foralistas consideraron que ya no era necesario su testimonio a la vista de los ya recabados por la comisión. (C. R. G, «Mañana habrá 'conclusiones'», *El Mundo*, 27-02-14, 12).
- (189) La secretaria general de Universitats dejó ayer sin respuesta la consulta hecha por este diario sobre cuáles son los criterios por los que se autoriza la creación de nuevos estudios, **si bien** aclaró que no todas las carreras que las universidades catalanas presentarán en la feria de educación cuentan ya con la aprobación definitiva del Consell Interuniversitari de Catalunya. (M. J. I, «Carreras por partida doble», *El Periódico de Catalunya*, 12-03-14, 33).

De las dos, son más numerosas las estructuras condicionales, aunque no se puede llegar a una conclusión contundente sobre el uso de una y otra en la noticia.

En primer lugar, respecto a las concesivas, la concesión se define como

una secuencia formada por una tesis y una antítesis: el que habla admite que el adversario puede estar en lo cierto, pero avanza en su argumentación en sentido contrario. También el período concesivo concentra, en los límites de la oración, un razonamiento argumentativo entre sus miembros, puesto que la prótasis y la apódosis apuntan a conclusiones opuestas (NGLE, 2009: § 47.12a).

Hemos analizado en esta clase las siguientes conjunciones y locuciones de carácter concesivo: *aunque*, *si bien*, *pese a que*, *a pesar de que* e *incluso si*. En primer lugar, con respecto a *aunque*, como ya explicamos anteriormente (vid. supra epígrafe 4.3), hemos analizado en este trabajo sus dos valores: el adversativo en el capítulo de la extensión, y ahora, el concesivo. Para diferenciar uno y otro en el proceso de búsqueda, la clave ha sido el modo verbal de la oración; por tanto, hemos obviado en estos dos casos las apariciones de *aunque* en periodos en los que hay elipsis verbal. Consideramos que los resultados no se verán afectados de forma significativa por esta decisión que tiene que ver más con la magnitud del corpus y los rasgos de dicha unidad que con la metodología<sup>138</sup>.

De esta manera, hay una clara predilección por el uso de *aunque* sobre el resto de formas y es escasa la aparición de *incluso si* en todas las cabeceras. Las frecuencias que obtienen los medios generalistas en el uso de las concesivas resaltan en *La Razón*, con la FN

---

<sup>138</sup> La búsqueda de estos elementos se puede automatizar de forma sencilla, seleccionando la aparición de *aunque* en contextos sin verbo; sin embargo, la diferenciación entre el valor concesivo y el adversativo, en casos de elipsis verbal, supone un trabajo complejo. De hecho, la NGLE (2009: § 47.12k) lo atestigua: «si bien las características de la conjunción adversativa *aunque* se distinguen con claridad de las de su homónima concesiva cuando se construyen con verbos finitos (§ 31.10X), la distancia entre ambas no es tan marcada en los textos citados, en los que sigue a *aunque* un segmento menor que la oración. Se obtienen, de hecho, en muchos de ellos, paráfrasis adversativas».

más alta (70 ocurrencias por 100.000), mientras que *El Periódico* es el que menos casos presenta (49). No hay, sin embargo, una pauta de uso según la sección, lo que lleva a pensar que se trata de una estructura que tiene que ver más con el estilo de la noticia como género que con el tipo de contenido tratado:

(190) Camelar al líder no tiene secretos para estos profesionales. Y, **aunque** tengan un talento especial para alimentar el ego del que tienen por encima en el organigrama de la empresa, sus palabras no ofrecen ningún valor para la marcha del negocio y menos aún para el desarrollo del jefe. (A. Bustillo, «Qué debes hacer si tu jefe elige a un segundo ramplón», *Expansión*, 20-02-14, 12).

Similar planteamiento hacemos sobre las condicionales, donde tampoco hay un fuerte patrón que discrimine su uso por sección. Sin embargo, aquí sí se vislumbra un mayor uso en las secciones de deportes y economía y un menor uso en la de cultura. Destacan, por ejemplo, las frecuencias normalizadas de *La Razón*, con 143 apariciones en la sección de deportes, o las 133 ocurrencias en los contenidos de economía de *ABC*.

Las conjunciones y locuciones condicionales analizadas son las siguientes: el prototípico *si* (y su forma negativa *si no*), *siempre que*, *a no ser que* y *a menos que*. Como es esperable, hay una preferencia por el primer tipo, aunque se registran también algunos casos del segundo. Para diferenciar el *siempre que* con valor condicional del temporal, el modo verbal ha sido, de nuevo, clave en su identificación, pues el condicional aparece en contextos de subjuntivo. Las apariciones de *a no ser que* y *a menos que* son casi inexistentes. Con estas oraciones, se presenta un obstáculo que puede impedir o favorecer lo que se expresa en la apódosis:

(191) Lo más lógico es que el avión cayera al mar y se hundiera. Pero, en ese caso, el piloto habría tenido tiempo de comunicarse con la torre de control, a menos que hubiera fallado la radio o que la hubiera apagado. (Pablo M. Díez, «El avión de Malaysia Airlines pudo haber sufrido un atentado terrorista», *ABC*, 10-03-14, 32).

(192) Además, la menor no podrá abandonar España —donde se encuentra en situación irregular, como sus padres—, a no ser que sea con autorización judicial, y tampoco se le podrá expedir un pasaporte. (Rebeca Carranco, «El juez imputa a los padres de la niña de L'Hospitalet liberada en la selva», *El País*, 18-03-14, 20).

(193) «Nosotros atacamos a aquellos que nos atacan», reiteró el primer ministro. En un comunicado remitido por su oficina se detalla que ese tipo de operaciones militares por aire y tierra continuarán siempre que sea necesario para garantizar la seguridad en la frontera norte de Israel. (Ethel Bonel, «Israel bombardea cuatro bases sirias tras ser atacado», *La Razón*, 20-03-14, 24).

(194) El máximo goleador del conjunto vigués ha podido superar el esguince de tobillo sufrido en la anterior jornada y si viaja es para jugar desde el inicio y convertirse una vez más en la principal referencia ofensiva de los olímpicos. (David Marín, «Duelo al gol entre Cristian y Charles», *Marca*, 01-03-14, 24).

(195) **Si no** lograra el objetivo intentaría cerrar a Gundogan, con quien podría tener firmado un precontrato. Su precio sería más asequible, unos 20 millones de euros, aunque existen dudas después de que lleva gran parte de la temporada lesionado. (Alejandro Alcázar, «Ya trabajan en tres fichajes para la próxima temporada», *Sport*, 11-03-14, 25).

**Tabla 78.** Oraciones concesivas, condicionales y comparativas hipotéticas. Sección +/- por 100.000 en periódicos generalistas (FN)

Periódico	El País	El Mundo	La Razón	ABC	El Periódico
Nº de palabras	904.610	657.876	597.605	647.455	595.592
<b>Concesivas</b>					
FA	540	405	421	411	292
FN	<b>60</b>	<b>62</b>	<b>70</b>	<b>63</b>	<b>49</b>
Sección +	Economía: 76	Sociedad: 75	Deportes: 84	Sociedad: 80	Deportes: 56
	Cultura: 67	Economía: 74	Sociedad: 74	Cultura: 69	Economía: 52
	Sociedad: 62	Deportes: 73	Economía: 72	Política: 65	Sociedad: 50
	Política: 56	Política: 60	Cultura: 70	Economía: 63	Política: 49
Sección -	Deportes: 47	Cultura: 44	Política: 65	Deportes: 32	Cultura: 35
<b>Condicionales</b>					
FA	1.076	642	642	625	649
FN	<b>119</b>	<b>98</b>	<b>107</b>	<b>97</b>	<b>109</b>
Sección +	Sociedad: 144	Deportes: 135	Deportes: 143	Economía: 133	Economía: 121
	Deportes: 127	Economía: 109	Sociedad: 111	Deportes: 113	Política: 119
	Economía: 115	Política: 93	Política: 107	Política: 100	Sociedad: 109
	Política: 113	Cultura: 79	Cultura: 93	Sociedad: 79	Deportes: 94
Sección -	Cultura: 92	Sociedad: 77	Economía: 88	Cultura: 76	Cultura: 84
<b>Comparativas hipotéticas</b>					
FA	111	58	55	65	44
FN	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>7</b>
Sección +	Deportes: 25	Cultura: 20	Deportes: 19	Cultura: 20	Deportes: 17
	Cultura: 20	Deportes: 9	Cultura: 13	Deportes: 15	Cultura: 10
	Sociedad: 12	Sociedad: 9	Sociedad: 8	Sociedad: 8	Política: 5
	Política: 8	Política: 6	Política: 8	Política: 8	Sociedad: 4
Sección -	Economía: 0	Economía: 4	Economía: 0	Economía: 0	Economía: 4

Por último, en lo que se refiere a las construcciones comparativas, hemos obviado las marcas cuantificadoras prototípicas que comparan las magnitudes de números, cantidades y grados de dos nociones y nos hemos centrado en locuciones que tienen valor comparativo, pero superan el nivel sintagmático. A este respecto, es interesante destacar que estas construcciones comparativas, aunque la tradición las clasifica como un tipo de oración, tienen una dimensión más compleja:

Así, la oración *El café está hoy más espeso que de costumbre* es copulativa. Su atributo es el grupo adjetival *más espeso que de costumbre*. Contiene el cuantificador *más* (que no afecta al verbo), por



lo que constituye un grupo adjetival comparativo. Desde el punto de vista semántico, sin embargo, la comparación que se establece afecta a toda la oración. (NGLE, 2019: 45.1f).

Dados los propósitos de nuestro trabajo, y atendiendo al modelo de Halliday, nos centramos en una concepción más amplia de *construcción comparativa* que adquiere función en el nivel textual, pues «no se limita a informar de si un conjunto de entidades es o no mayor que otro (o de si una cantidad o un grado sobrepasa o no cierta medida) (NGLE, 2009: § 45.4ñ), sino que compara situaciones. Así, incluimos en este epígrafe a las comparativas hipotéticas, cuyos nexos son *como que*, *como si*, *igual que si*. De los tres, el más empleado es *como si*.

Asimismo, esta locución, sobre la que no existe un acuerdo de su composición morfológica<sup>139</sup>, se usa como un

recurso estilístico para presentar como irreales contenidos que no siempre lo son. En muchos de estos casos, el lector se ve invitado a establecer la inferencia contrafáctica cuando aparece «como si + subjuntivo», de forma que el resto del discurso puede confirmarla o cancelarla (NGLE, 2009: § 45.10).

Las comparativas hipotéticas aparecen de forma moderada en nuestro corpus, algo entendible si tenemos en cuenta que en la información periodística no tienen cabida las conjeturas o las aportaciones personales:

(196) Porque nadie iba a asomar tampoco en el segundo tiempo, **como si** la Liga importara un pimiento y fuera suficiente con disputar la final de Copa y permanecer vivo en la Champions. (Francisco Cabezas, «Haraquiri azulgrana», *El Mundo*, 09-03-14, 34).

Se trata, pues, de resultados previsibles, pues deportes y cultura obtienen las más altas frecuencias, mientras que economía y política, las más bajas. De hecho, en tres de los medios analizados, *El País*, *La Razón* y *ABC*, no se registra ni un solo caso en el área económica. La preferencia se debe a que, como ya hemos indicado en alguna ocasión, la crónica es el género predilecto para narrar los eventos deportivos y culturales. Dicho género da pie a utilizar estructuras gramaticales con mayor libertad, pues la literaturización propicia la creatividad lingüística:

---

<sup>139</sup> Según recoge la NGLE (§ 45.10h), esta locución podría inscribirse en el paradigma de los adverbios relativos, o podría considerarse una conjunción subordinante.

Se ha comprobado que en aquellos géneros periodísticos en los que la libertad creativa del redactor es mayor (crónica y reportaje principalmente), el periodista recrea la vertiente emotiva y espectacular de la noticia, influido en buena medida por el deseo de atraer a un público que se define más como telespectador que como lector. (Marauri *et al.*, 2011: 226)

En los resultados de la prensa especializada, los datos relativos a las construcciones condicionales contrastan en los dos modelos de medio, mientras que se sigue la misma línea que en los generalistas en el caso de las concesivas comparativas hipotéticas. Así, respecto a las condicionales, es significativo indicar que predominan en la noticia deportiva, aunque su uso en la económica también está extendido con frecuencias de 98 en *Expansión* y 110 en *Cinco Días* (frente a los 143 de *As* y *Sport* o los 156 del periódico *Marca*). Lo mismo ocurre con las comparativas hipotéticas, que no tienen apenas presencia en la información especializada económica. En el caso de las concesivas, los datos son ligeramente inferiores en los medios económicos, aunque no hay una diferencia tan tajante entre estos y las frecuencias en las noticias especializadas deportivas (61 casos en *Expansión* y 66, en *Cinco Días*, frente a los 53 de *As*, los 70 de *Marca* o los 69 de *Sport*).

**Tabla 79.** Oraciones concesivas, condicionales y comparativas hipotéticas en periódicos especializados (FN por 100.000)

Periódico	As	Marca	Sport	Expansión	Cinco Días
<i>Nº de palabras</i>	309.627	871.489	415.810	420.464	314.773
<b>Concesivas</b>					
FA	163	612	285	256	207
FN	<b>53</b>	<b>70</b>	<b>69</b>	<b>61</b>	<b>66</b>
<b>Condicionales</b>					
FA	443	1.359	595	413	347
FN	<b>143</b>	<b>156</b>	<b>143</b>	<b>98</b>	<b>110</b>
<b>Comparativas hipotéticas</b>					
FA	34	69	29	4	7
FN	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

#### 4.4.2.4. Conclusiones parciales

En el análisis de la ampliación hipotáctica, destacamos las siguientes conclusiones:

- a) *La Razón* es, también en este rasgo, el medio que recoge más casos, mientras que *El Periódico* destaca por lo contrario.
- b) En la prensa generalista, las noticias de la sección de deportes destacan en el uso de la ampliación hipotáctica. Así, la sección de deportes recoge el mayor número de

subordinadas adverbiales temporales en todos los medios analizados, registra también el mayor número de modales y casuales en el 80% de los medios y obtiene los resultados más altos de oraciones locativas y comparativas hipotéticas en el 60% de los generalistas.

c) Las noticias de tema económico registran las cifras más bajas de ampliación hipotáctica.

d) La sección de política destaca en el 60% de las cabeceras analizadas en el uso de oraciones finales.

e) En cuanto a las ilativas, en tres de los cinco medios de estudio, resaltan los datos de las noticias culturales.

f) No hay datos concluyentes sobre la preferencia por sección en el uso de las oraciones concesivas y condicionales.

g) En cuanto a las noticias especializadas, las noticias deportivas destacan como el tipo con más registros de adverbiales propias y oraciones causales, condicionales y comparativas hipotéticas.

h) Entre los medios especializados en deportes, destaca *Marca*, con una FN de 691 ocurrencias, frente a la cifra de *As*, el que recoge menos casos, con una FN de 566 por cada 100.000 palabras. Es decir, en *Marca* aparece una oración adverbial cada 144 palabras, mientras que en *As* la dispersión es mayor: un caso por cada 176 palabras.

i) De los periódicos económicos, obtiene los resultados más numerosos *Expansión* (FN de 466, es decir, un caso por cada 214 palabras).

j) No hay diferencias significativas en los registros de las oraciones finales, ilativas y concesivas entre los medios especializados.

**Tabla 80.** Cuadro-resumen resultados de la ampliación hipotáctica

Tipo de medio	Uso de la ampliación paratáctica
<b>Generalistas</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>La Razón</i>
	<i>ABC</i>
	<i>El País</i>
	<i>El Mundo</i>
<i>Periódico -</i>	<i>El Periódico</i>
<b>Sección</b>	
<i>Sección +</i>	Deportes
	Sociedad
	Política
	Cultura
<i>Sección -</i>	Economía
<b>Deportivos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Marca</i>
	<i>Sport</i>
<i>Periódico -</i>	<i>As</i>
<b>Económicos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Expansión</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Cinco Días</i>

En la ampliación hipotáctica, los resultados no muestran una tendencia clara por grupo comunicativo empresarial. En los medios generalistas, vuelven a destacar el Grupo Planeta (*La Razón*) y Vocento (*ABC*) con las frecuencias más altas. Del resto de resultados, lo más destacable es que Unidad Editorial utiliza más oraciones adverbiales que el Grupo Prisa en los modelos de prensa especializados, mientras que en el tipo de periódico generalista ocurre lo contrario. Por su parte, el Grupo Zeta registra el menor número de ampliación hipotáctica solo en el modelo generalista.

**Tabla 81.** Resultados de la ampliación hipotáctica por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	578				
<i>El País</i>		590			
<i>El Periódico</i>			539		
<i>La Razón</i>					620
<i>ABC</i>				590	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	691				
<i>As</i>		566			
<i>Sport</i>			648		

Capítulo 4. Implicaciones de las relaciones por expansión en la noticia

<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	466				
<i>Cinco días</i>		450			

## 4.5. DISCUSIÓN

Sin dejar a un lado los datos pormenorizados que ya hemos analizado a lo largo de este capítulo, es momento ahora de establecer, a modo de discusión, una panorámica general de la expansión por modelo de medio, de forma que podamos relacionar los resultados cuantitativos con los estilos de la noticia de cada modelo.

Hemos visto, pues, que en las relaciones lógico-semánticas de expansión, todos aquellos fenómenos que están relacionados con la composición oracional y, por tanto, con elementos estructurales de la lengua, obtienen unos resultados mayoritarios. Así, la noticia periodística recoge el mayor número de casos en la extensión paratáctica, algo que no resulta extraño, pues la mayor parte de elementos que conforman esta relación responden a la estructura de las oraciones coordinadas copulativas y adversativas. Por otro lado, las cláusulas de relativo explicativas, que ocupan el paradigma de la elaboración hipotáctica, obtienen frecuencias altas. Junto a ello, las oraciones adverbiales, enmarcadas en la ampliación hipotáctica, son otro de los recursos más empleados en la lengua de la noticia escrita. En cifras, resalta de manera rotunda la extensión paratáctica, en especial, en los medios especializados en deportes, con una frecuencia normalizada cercana a los 3.500 casos por cada 100.000 palabras. La prensa deportiva también destaca en las relaciones de la ampliación hipotáctica, que se establecen mediante la subordinación adverbial. De hecho, las noticias especializadas en deportes recogen 656 casos, 200 más que las noticias de corte económico (FN de 459). Esta tendencia se rompe en la elaboración hipotáctica y las oraciones de relativo explicativas, donde los medios económicos son los primeros en utilizar este tipo de estrategia, con 535 casos, más de cien por encima de la prensa especializada en deportes.

En el caso de las noticias especializadas en economía, se observa que salen favorecidas en las estrategias de la elaboración paratáctica y en la ampliación paratáctica. Recordemos que estas relaciones se establecen mediante conectores textuales, de lo cual se deduce que se hace un mayor uso de la conexión textual en este tipo de información. Llegados a este punto, surge una pregunta que autores como Castellà la responden en la «paradoja de la complejidad» (2004: 160). Retomamos la definición de Cuenca (2010: 92):

Estilo integrado vs. segmentado: forma general de construir sintácticamente las oraciones de un texto que, en el primer caso (estilo integrado), se relaciona con el uso de oraciones compuestas y

conectores y, en el segundo (estilo segmentado), con el predominio de oraciones simples y yuxtapuestas y estructuras sin verbos.

En la dicotomía entre el estilo segmentado, sencillo, simple y el cohesionado, integrado o complejo, ¿la prensa especializada en deportes supondría el polo opuesto a la especializada en economía? La conclusión no puede ser tajante, pues, por ejemplo, si nos fijamos en las relaciones de ampliación, nos encontramos con un mayor uso de la subordinación adverbial en las noticias especializadas en deportes y, por tanto, a mayor composición oracional, mayor complejidad textual. Por el contrario, la prensa económica registra más casos de conexión textual y menos de subordinación, lo que igualmente situaría este tipo de texto en el estilo cohesionado. Sin embargo, el tipo de cohesión establecido en las noticias de un modelo y del otro difiere. Estos resultados siguen la línea de las conclusiones del estudio de Castellà sobre la polaridad entre lengua escrita y lengua oral:

L'oposició simple/complex no es pot considerar adequada per descriure les relacions en el mode del registre, sinó que hauria de ser substituïda per altres que han demostrat ser més idònies, com estil nominal/estil verbal, alta densitat/baixa densitat lèxica o informativa, preferència per la composició oracional/preferència per la connexió textual, o per termes que podrien acunyar-se i difondre's en el futur (p. ex. gramàtica bàsica (la de l'oral)/gramàtica expansionada (la de l'escrit). (Castellà: 2014: 161).

**Tabla 82.** Peso de las relaciones lógico-semánticas de expansión en la noticia periodística (FA y FN por 100.000)

Tipo de medio		Generalistas	Deportivos	Económicos
Número de palabras		3.403.138	1.596.926	735.237
Elaboración paratáctica	FA	2.629	999	707
	FN	77	63	96
Elaboración hipotáctica	FA	16.790	6.500	3.936
	FN	493	407	535
Extensión paratáctica	FA	113.251	55.226	21.828
	FN	3.328	3.458	2.969
Extensión hipotáctica	FA	1.680	1.276	537
	FN	49	80	73
Ampliación paratáctica	FA	3.595	1.713	793
	FN	106	107	108

Ampliación hipotáctica	FA	19.879	10.475	3.377
	FN	584	656	459

Así pues, por los datos obtenidos, en las tablas que siguen, se puede ver una relación de los diferentes rasgos del estilo, a partir del análisis de las relaciones lógico-semánticas de expansión. Partimos de la relación entre el uso de unas estrategias u otras con los rasgos de los estilos de la noticia. En cuanto a la elaboración, los rasgos que proponemos y sus indicadores son:

- a) **Rasgo ± explicativo:** el mayor o menor uso de los conectores de exposición y ejemplificación pone de manifiesto que existen diferentes niveles de divulgación en la prensa escrita española, según el tipo de medio y la temática tratada en la noticia.
- b) **Rasgo ± narrativo:** las relativas explicativas con antecedente temporal y espacial contribuyen a la vertiente narrativa de la noticia, pues ubican los hechos en su contexto espaciotemporal.
- c) **Rasgo ± dinámico:** los conectores de clarificación favorecen la articulación de la información transmitida, en tanto que sirven para dosificar, fijar y avanzar hacia nuevos temas. El mayor o menor uso de estos favorece una lectura más o menos ágil de la noticia y un mayor o menor interés en la dimensión explicativa de la información.
- d) **Rasgo ± modalizado:** el uso de conectores de evasión, digresión y corrección se relacionan con la modalización del discurso y la interpretación de los hechos por parte del periodista.
- e) **Rasgo ± formal:** la mayor o menor presencia de la clarificación revela que el discurso natural favorece la cercanía con el lector, mientras que un lenguaje con pocos conectores de este tipo muestra un mayor grado de formalidad. A su vez, el uso de unos conectores u otros –unos más propios de la oralidad– también da pistas sobre la relación que se pretende establecer con el lector. Por otro lado, en la elaboración hipotáctica, el uso de unos relativos u otros y la preferencia por los relativos simples o complejos determina el grado de formalidad de la noticia. A mayor uso de *cual*, *cuyo* y de relativos complejos, mayor nivel de formalidad.



- f) **Rasgo ± declarativo:** el indicador de este rasgo es la presencia de los relativos *quien* y *como* vinculados a antecedentes humanos, lo que manifiesta que el discurso de las fuentes no es una mera voz de la noticia sino la noticia en sí misma.
- g) **Rasgo ± documentado:** la información de la relativa explicativa es mucho más que un inciso, ya que adquiere una función de profundización, contextualización o mayor elaboración de la información, o de inclusión de contenidos que expanden las referencias contextuales de los núcleos nominales sobre los que se cimenta el enunciado informativo, a partir de una explicación que añade un dato esencial para entender la noticia.
- h) **Rasgo ± cohesionado:** entendemos el estilo cohesionado como un nivel más elaborado del lenguaje, con presencia de oraciones compuestas y complejas y de conectores textuales. En este caso, a mayor uso de relativas y de conectores de exposición, ejemplificación y clarificación, lenguaje más cohesionado.

Atendiendo, pues, a lo que hemos considerado indicadores de los estilos, en la siguiente tabla destacamos los rasgos de la noticia en los tres modelos de medio de comunicación, a partir del análisis de la elaboración: el generalista, el especializado en deportes y el especializado en economía.

Los resultados más polarizados y, por tanto, las diferencias más acentuadas, se observan en la prensa especializada, ya que, en la mayoría de los rasgos analizados, los resultados de la noticia especializada en deportes se contraponen a los de la noticia especializada en economía. En el caso de la prensa generalista, hemos destacado los resultados de las secciones más y menos favorecidas en el uso de la estrategia en cuestión:

Tabla 83. Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la elaboración

Rasgo e indicadores del estilo (elaboración)		Modelos de noticia		
		Generalista	Especializada en deportes	Especializada en economía
±explicativo	Conectores de ejemplificación	Estilo + explicativo en economía Estilo - explicativo en deportes	Estilo - explicativo	Estilo + explicativo
	Conectores de exposición	Estilo + explicativo en economía y política Estilo - explicativo en deportes y cultura	Estilo - explicativo	Estilo + explicativo

<b>±narrativo</b>	Relativas explicativas con antecedente temporal y espacial	Estilo + narrativo en sociedad y deportes Estilo - narrativo en economía	Estilo + narrativo	Estilo - narrativo
<b>± dinámico</b>	Conectores de clarificación que favorecen la progresión informativa	Estilo + dinámico en economía Estilo - dinámico en deportes y política	Estilo + dinámico	Estilo - dinámico
<b>±modalizado</b>	Conectores de refuerzo argumentativo	Estilo + modalizado en deportes Estilo - modalizado en economía y sociedad	Estilo + modalizado	Estilo - modalizado
<b>±formal</b>	Conectores más propios de la lengua oral	Estilo - formal en cultura y deportes Estilo + formal en política	Estilo - formal	Estilo + formal
	Relativos <i>cuyo</i> y <i>el cual</i> y relativos complejos, que pertenecen a registros más formales	Estilo + formal en economía y cultura Estilo - formal en deportes	Estilo - formal	Estilo + formal
<b>± declarativo</b>	Pronombres <i>quien</i> y <i>como</i> para referirse a las fuentes	Estilo + declarativo en política Estilo - declarativo en economía	Estilo + declarativo	Estilo - declarativo
<b>± documentado</b>	Relativas explicativas	Estilo + documentado en sociedad Estilo - documentado en economía	Estilo - documentado	Estilo + documentado
<b>± cohesionado</b>	Elaboración paratáctica e hipotáctica	Estilo + cohesionado en economía y sociedad Estilo + cohesionado en política y deportes	Estilo - cohesionado	Estilo + cohesionado

En lo que respecta a la extensión, tanto paratáctica como hipotáctica, hemos considerado los siguientes indicadores:

- a) **Rasgo ± narrativo:** la adición paratáctica se relaciona con la sucesión o acumulación de los hechos, sucesos y eventos, por lo que a mayor uso, la noticia adquirirá más rasgos del estilo narrativo.
- b) **Rasgo ± dinámico:** la relación de la adición paratáctica e hipotáctica, fundamentada básicamente en la coordinación copulativa y adversativa, propicia una transmisión más directa y sencilla de la información, lo que facilita el dinamismo en la lectura y en el procesamiento de la información. A su vez, la variación contribuye al avance del texto

con la incorporación de nuevos temas; sin embargo, la operación cognitiva de reorientación pone trabas a la comprensión.

- c) **Rasgo ± modalizado:** la conjunción *pero* con valor de conector textual funciona como un recurso estilístico, dado que hay una voluntad por parte del periodista de enfatizar cierta información. A mayor uso cohesivo de *pero*, mayor modalización.
- d) **Rasgo ± formal:** el uso de la conjunción *y* con valor textual es habitual en discursos conversacionales, lo que muestra una voluntad de otorgar a la noticia un carácter espontáneo y, por tanto, más informal.
- e) **Rasgo ± cohesionado:** a más uso de expansión paratáctica, la redacción será más sencilla, lo que indica que la noticia tendrá un estilo más segmentado que cohesionado. Por el contrario, la expansión hipotáctica contribuye al estilo cohesionado.

Tabla 84. Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la extensión

Rasgo e indicadores del estilo (extensión)		Modelos de noticia		
		Generalista	Especializada en deportes	Especializada en economía
±narrativo	Adición paratáctica (coordinación aditiva y adversativa)	Estilo + narrativo en deportes y cultura Estilo - narrativo en economía y política	Estilo + narrativo	Estilo - narrativo
±modalizado	Conjunción <i>pero</i> con valor textual	Estilo + modalizado en sociedad y cultura Estilo - modalizado en deportes	Estilo - modalizado	Estilo + modalizado
± dinámico	Adición paratáctica e hipotáctica	Estilo + dinámico en deportes y cultura Estilo - dinámico en economía y política	Estilo + dinámico	Estilo - dinámico
	Variación paratáctica e hipotáctica	Estilo + dinámico en cultura y deportes Estilo - dinámico en economía y sociedad	Estilo + dinámico	Estilo - dinámico
±formal	Uso de la conjunción <i>y</i> con valor textual	Estilo + formal en economía Estilo - formal en cultura y deportes	Estilo - formal	Estilo + formal
±cohesionado	Adición paratáctica (coordinación aditiva y adversativa).	Estilo + cohesionado en economía Estilo - cohesionado en cultura y deportes	Estilo - cohesionado	Estilo + cohesionado
	Adición y variación hipotáctica	Estilo + cohesionado en economía Estilo - cohesionado en cultura	Estilo +cohesionado	Estilo - cohesionado

En la ampliación, los rasgos del estilo implicados en esta relación, tanto desde el punto de vista paratáctico como hipotáctico, son:

- a) **Rasgo ± explicativo:** enriquecer la información con las implicaciones, las consecuencias, las causas o los propósitos inclina la balanza hacia la vocación explicativa de la noticia.
- b) **Rasgo ± narrativo:** la ampliación paratáctica e hipotáctica con valor temporal decanta la noticia hacia su carácter narrativo.
- c) **Rasgo ± documentado:** el uso de las relaciones de ampliación, tanto paratáctica como hipotáctica, propician el detalle, el análisis, que la información sea más extensa, concreta o contextualizada. A mayor ampliación, mayor profundización en los contenidos.
- d) **Rasgo ± cohesionado:** tanto la ampliación paratáctica como la hipotáctica dejan entrever un nivel más elevado de elaboración del texto, mediante el uso de la conexión textual y de las oraciones adverbiales.

Tabla 85. Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la ampliación

Rasgo e indicadores del estilo (ampliación)		Modelos de noticia		
		Generalista	Especializada en deportes	Especializada en economía
±explicativo	Ampliación paratáctica e hipotáctica con valores causal, consecutivo, concesivo, condicional y final	Estilo + explicativo en sociedad Estilo - explicativo en cultura	Estilo + explicativo	Estilo - explicativo
±narrativo	Ampliación paratáctica e hipotáctica con valor temporal	Estilo + narrativo en deportes Estilo - narrativo en economía	Estilo + narrativo	Estilo - narrativo
± documentado	Ampliación (paratáctica e hipotáctica)	Estilo + documentado en deportes y sociedad Estilo - documentado en economía y cultura	Estilo + documentado	Estilo - documentado
±cohesionado	Ampliación paratáctica (conectores)	Estilo + cohesionado en economía y sociedad Estilo - cohesionado en cultura y deportes	Estilo - cohesionado	Estilo + cohesionado

	Ampliación hipotáctica (oraciones adverbiales)	Estilo + cohesionado en deportes y sociedad Estilo - cohesionado en economía y cultura	Estilo + cohesionado	Estilo - cohesionado
--	--	---	----------------------	----------------------

Estableceremos, a continuación, una relación de los estilos de cada medio, a partir de los rasgos analizados y de los indicadores comentados, unificando los datos de todas las secciones, con la única pretensión de ser una mera aproximación a la caracterización del estilo de cada cabecera, ya que somos conscientes del alcance limitado de los fenómenos analizados, pues otros rasgos lingüísticos que no hemos tenido en cuenta también pueden indicar un mayor o menor grado de divulgación, dinamismo o narratividad, por citar algunos ejemplos. Asimismo, tenemos en cuenta que en este análisis general se diluyen las diferencias que hemos observado entre secciones de un mismo medio porque el objetivo es situar a cada cabecera en un tramo del rango de los estilos. Hemos establecido, así, una gradación del rasgo (+) al rasgo (-) en cada cabecera, según los registros cuantitativos obtenidos.

A partir de los indicadores analizados en las relaciones de elaboración, las noticias de las cabeceras generalistas se ubican en estos rangos de los diferentes estilos:

Tabla 86. Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la elaboración por medios

Rasgo e indicadores del estilo (elaboración)		Gradación	Medios		
			Generalistas	Especializados en deportes	Especializados en economía
±explicativo	Uso de conectores de ejemplificación	+	<i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>La Razón</i> <i>El Periódico</i> <i>ABC</i>	<i>As</i> <i>Marca</i> <i>Sport</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
	Uso de conectores de exposición	+	<i>La Razón</i> <i>El Mundo</i> <i>El País</i> <i>El Periódicos</i> <i>ABC</i>	<i>As</i> <i>Sport</i> <i>Marca</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
±narrativo	Uso de relativas explicativas con antecedente temporal y espacial	+	<i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>ABC</i> <i>La Razón</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-	<i>El Periódico</i>		

<b>±modalizado</b>	Uso de conectores de refuerzo argumentativo	+	<i>El Mundo</i> <i>El Periódico</i> <i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El País</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-			
<b>± dinámico</b>	Uso de conectores de clarificación que favorecen la progresión informativa.	+	<i>La Razón</i> <i>El Mundo</i> <i>ABC</i> <i>El País</i> <i>El Periódico</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-			
<b>±formal</b>	Uso de conectores más propios de la lengua oral	+	<i>El Mundo</i> <i>El Periódico</i> <i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El País</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
	Uso de <i>cuyo</i> y <i>el cual</i> y de los relativos complejos, que pertenecen a registros más formales	+	<i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>El Periódico</i>	<i>As</i> <i>Marca</i> <i>Sport</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
<b>± declarativo</b>	Uso de pronombres <i>quien</i> y <i>como</i> para referirse a las fuentes	+	<i>ABC</i> <i>La Razón</i> <i>El Periódico</i> <i>El Mundo</i> <i>El País</i>	<i>Sport</i> <i>As</i> <i>Marca</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-			
<b>± documentado</b>	Uso de relativas explicativas	+	<i>ABC</i> <i>La Razón</i> <i>El Periódico</i> <i>El País</i> <i>El Mundo</i>	<i>As</i> <i>Sport</i> <i>Marca</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-			
<b>± cohesionado</b>	Uso de elaboración paratáctica e hipotáctica	+	<i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El Periódico</i> <i>El Mundo</i> <i>El País</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-			

Tabla 87. Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la extensión por medios

Rasgo e indicadores del estilo (extensión)		Gradación	Medios		
			Generalistas	Especializados en deportes	Especializados en economía
<b>±narrativo</b>	Uso de adición paratáctica (positiva, negativa y adversativa)	+	<i>El Periódico</i> <i>El País</i> <i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El Mundo</i>	<i>As</i> <i>Sport</i> <i>Marca</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-			
<b>± dinámico</b>	Uso de adición paratáctica e hipotáctica	+	<i>El Periódico</i> <i>La Razón</i> <i>El País</i> <i>ABC</i> <i>El Mundo</i>	<i>As</i> <i>Sport</i> <i>Marca</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-			

	Uso de variación paratáctica e hipotáctica	+ -	<i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El Periódico</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
<b>±modalizado</b>	Uso de la conjunción <i>pero</i> con valor textual	+ -	<i>El País/El Mundo</i> <i>El Periódico</i> <i>ABC</i> <i>La Razón</i>	<i>As</i> <i>Marca</i> <i>Sport</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
<b>±formal</b>	Uso de la conjunción <i>y</i> con valor textual	+ -	<i>La Razón/ABC</i> <i>El País/El Mundo</i> <i>El Periódico</i>	<i>Sport/Marca</i> <i>As</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
<b>±cohesionado</b>	Uso de adición y variación hipotácticas	+ -	<i>La Razón</i> <i>El Periódico</i> <i>ABC</i> <i>El País/El Mundo</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
	Uso de adición paratáctica (positiva, negativa y adversativa)	+ -	<i>El Periódico</i> <i>El País</i> <i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El Mundo</i>	<i>As</i> <i>Sport</i> <i>Marca</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>

Tabla 88. Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la ampliación por medios

Rasgo e indicadores del estilo (ampliación)		Gradación	Medios		
			Generalista	Especializados en deportes	Especializados en economía
<b>±explicativo</b>	Uso de ampliación paratáctica e hipotáctica con valores causal, consecutivo, concesivo, condicional y final	+	<i>La Razón</i> <i>El Mundo</i> <i>ABC</i> <i>El País</i> <i>El Periódico</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-			
<b>±narrativo</b>	Uso de ampliación paratáctica e hipotáctica con valor temporal	+	<i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>La Razón</i> <i>ABC</i> <i>El Periódico</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-			
<b>± documentado</b>	Uso de ampliación (paratáctica e hipotáctica)	+	<i>La Razón</i> <i>El Mundo</i> <i>ABC</i> <i>El País</i> <i>El Periódico</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-			
<b>±cohesionado</b>	Uso de ampliación paratáctica (conectores)	+	<i>La Razón</i> <i>El Mundo</i> <i>ABC</i> <i>El País</i> <i>El Periódico</i>	<i>Marca</i> <i>As</i> <i>Sport</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-			

	Uso de ampliación hipotáctica (oraciones adverbiales)	+	La Razón ABC El País El Mundo	Marca Sport As	Expansión Cinco Días
		-	El Periódico		

Proponemos, de este modo, una caracterización de las noticias de cada medio, que no pretende ser categórica ni excluyente, puesto que, como ya se ha indicado, tenemos en cuenta que existen otros rasgos fuera del marco teórico de este trabajo. Aquí analizamos exclusivamente los resultados de los elementos analizados y entendemos que, por ejemplo, las noticias de un medio pueden ser narrativas por el mayor uso de un recurso determinado y, al mismo tiempo, pueden ser poco narrativas por el menor uso de otra estrategia. Creemos que esta aparente contradicción identifica las preferencias del escritor en cuanto al tipo de lenguaje que utiliza en la noticia. Entra aquí en juego, pues, la selección entre las variedades del registro.

Para este cometido, nos fijaremos únicamente en los rasgos situados en los dos extremos de la gradación, ya que definir el estilo de los periódicos situados en la posición medial es una tarea compleja por subjetiva. De esta forma, considerando las relaciones de expansión, se llega a la siguiente caracterización<sup>140</sup>:

a) Las noticias de *El País* son:

- a. Por las relaciones de elaboración: + explicativas, + narrativas, - dinámicas, - modalizadas, + formales (por menor uso de conectores propios de la lengua oral), - declarativas, - documentadas y - cohesionadas.
- b. Según las relaciones de extensión: + narrativas, - dinámicas (por un mayor uso de la variación), + modalizadas y - cohesionadas (predominio de la parataxis).
- c. Según la ampliación: - explicativas, + narrativas, - documentadas y - cohesionadas (por el uso de conectores textuales).

b) Las noticias de *El Mundo* son:

- a. Por la elaboración: + explicativas, + narrativas, + dinámicas, + modalizadas, - formales, - declarativas, - documentadas y - cohesionadas.

<sup>140</sup>Diferenciamos tres gradaciones: rasgo +, rasgo - y rasgo ±. Este último lo consideramos cuando la noticia presenta características dispares dentro de la misma categoría. Por ejemplo, en el rasgo cohesionado, puede destacar por una sintaxis compleja pero, por otro lado, puede hacer un menor uso de y con valor textual. En estos casos y cuando un mismo rasgo tiene dos manifestaciones lingüísticas, aparece entre paréntesis a qué mecanismo lingüístico se hace referencia.



- b. Por las relaciones de extensión: - narrativas, - dinámicas, + modalizadas, ± cohesionadas (por el menor uso de la hipotaxis y por el menor uso de adición paratáctica).
  - c. Según las relaciones de ampliación: + explicativas, + narrativas, + documentadas y + cohesionadas.
- c) Las noticias de *ABC* son:
- a. Por los resultados de la elaboración: - explicativas, + declarativas, - modalizadas, + formales, + documentadas y + cohesionadas.
  - b. Por los resultados de la extensión: - narrativas, ± dinámicas (menor adición y variación), - modalizadas, + formales, + cohesionadas (por una menor adición paratáctica).
  - c. Por las relaciones de ampliación: - narrativas y + cohesionadas (por mayor uso de ampliación hipotáctica).
- d) Las noticias de *La Razón* son:
- a. Según los resultados de la elaboración: + explicativas (por mayor uso de conectores de exposición), - narrativas, + dinámicas, + formales (debido a un mayor uso de relativos cultos), + declarativas, + documentadas y + cohesionadas.
  - b. Según las relaciones de extensión: + dinámicas, - modalizadas, + formales y ± cohesionadas (por menor uso de y cohesiva y por mayor uso de hipotaxis).
  - c. Según los datos de la ampliación: + explicativas, + documentadas y + cohesionadas (tanto por uso de ampliación paratáctica como hipotáctica).
- e) Las noticias de *El Periódico* son:
- a. Según las relaciones de elaboración: - explicativas, - narrativas, - dinámicas, + modalizadas, - formales (tanto por mayor uso de conectores del canal oral como por menor uso de relativos complejos y cultos).
  - b. Según los datos de la extensión: + narrativas, + dinámicas, - formales y ± cohesionado (por mayor uso de la adición paratáctica y de la adición y variación hipotácticas).

- c. Según los resultados de la ampliación: - explicativas, - narrativas, - documentadas y - cohesionadas (tanto por menor uso de conexión textual como de estructuras adverbiales).
- f) Las noticias de *As* son:
  - a. Por los datos de la elaboración: + explicativas, - narrativas, - dinámicas, - modalizadas, ± formales (uso de conectores de la inmediatez comunicativa, pero presencia de relativos cultos), + documentadas y - cohesionadas.
  - b. Según los resultados de la extensión: + narrativas, + dinámicas, + modalizadas, + formales, - cohesionadas (por menor uso de la hipotaxis y mayor presencia de la parataxis en comparación con los otros medios).
  - c. Por las relaciones de ampliación: - explicativas, - narrativas, - documentadas y - cohesionadas.
- g) Las noticias de *Marca* son:
  - a. Según las relaciones de elaboración: - explicativas (por el menor uso de conectores de exposición), + dinámicas, - declarativas, - documentadas y + cohesionadas.
  - b. Por los datos registrados en la extensión: - narrativas, - dinámicas (menor adición y mayor variación), + formales y + cohesionadas (menor uso de adición paratáctica).
  - c. Según los resultados de la ampliación: + explicativas, + documentadas y + narrativas.
- h) Las noticias de *Sport* son:
  - a. Por los datos de la elaboración: - explicativas (menor uso de conectores de ejemplificación), + narrativas, + modalizadas, - formales (pocos relativos cultos y conectores del canal oral) y + declarativas.
  - b. Por los resultados de la extensión: - modalizadas, - formal y + cohesionadas (por uso de hipotaxis).
  - c. Según el análisis de la ampliación: + narrativas y - cohesionadas (menor uso de conexión textual).
- i) Las noticias de *Cinco Días* son:
  - a. Por la elaboración: + narrativas y + modalizadas.

- b. Por la extensión: + modalizadas y + cohesionadas (en cuanto al mayor uso de y textual).
  - c. Por la ampliación: + documentadas y + cohesionadas.
- j) Las noticias de *Expansión* son:
- a. Según los datos de la elaboración: + explicativas, + dinámicas, + formales, + declarativas, + documentadas y + cohesionadas.
  - b. Por los resultados de la extensión: + narrativas, + dinámicas y ± cohesionadas (mayor uso de adición paratáctica y mayor uso de hipotaxis).
  - c. Según el análisis de la ampliación: + narrativas y + cohesionadas.

En definitiva, la interpretación resumida de estas conclusiones se puede observar en la siguiente tabla:

**Tabla 89.** Estilo de las noticias por medio según las relaciones de expansión

Cabecera	Estilo de la noticia
<i>El País</i>	Resalta el carácter narrativo, en especial por la contextualización espacio-temporal. Lenguaje formal, aunque con modalización, y sintaxis con menos estructuras complejas. Las secuencias explicativas tienden a la didacticidad.
<i>El Mundo</i>	Resaltan por la tendencia hacia la modalización y la informalidad. Las secuencias explicativas están poco documentadas, mientras que en las narrativas predomina la profundización en el contexto espacio-temporal y no la sucesión de eventos. Lenguaje poco ágil.
<i>ABC</i>	Destaca por la vertiente narrativa, la contextualización de los hechos y por el predominio de las noticias declarativas.
<i>La Razón</i>	Destaca por la vertiente explicativa, el lenguaje formal, el predominio de las estructuras complejas y el dinamismo discursivo.
<i>El Periódico</i>	Hay una preferencia de estructuras simples; en las secuencias narrativas predomina la adición y acumulación de hechos, y en las expositivas hay poca explicación y documentación. Tendencia hacia un lenguaje poco formal.
<i>Sport</i>	Destacan por la vertiente narrativa, la preferencia por las estructuras simples, el carácter informal y el predominio de las noticias declarativas.
<i>Marca</i>	Las secuencias expositivas se caracterizan por la profundización en las causas, consecuencias y propósitos. Hay un nivel elevado de elaboración del texto, con el uso de estructuras complejas y de conectores textuales, es especial los que favorecen la lectura ágil.
<i>As</i>	Resaltan por un predominio de las estructuras segmentadas. En las secuencias narrativas, se prefiere la sucesión de eventos o sucesos antes que la contextualización. En las secuencias expositivas, se aboga por la aclaración entre incisos en lugar de la profundización en las causas y consecuencias.
<i>Expansión</i>	Destacan por su carácter divulgativo y la documentación en las secuencias expositivas. En las narrativas, hay un predominio de la sucesión de hechos y de la contextualización espacio-temporal. Lenguaje formal y no modalizado, con preferencia por el uso de las estructuras complejas.
<i>Cinco Días</i>	Resaltan por su lenguaje modalizado y un mayor uso de los conectores textuales. Preferencia por un discurso poco dinámico.



# CAPÍTULO 5.

## ESTILOS COMUNICATIVOS Y PROYECCIÓN

*Un texto citado es, pues, una imagen de otro: lo representa como si fuera una fotografía, un dibujo, o una grabación. Pero esa imagen, como veremos, no es nunca completa, y rara vez es fiel.*

GRACIELA REYES (2002: 12)



## 5.1. INTRODUCCIÓN

La proyección es, en palabras de González Rodríguez (2003:63), «la relación que se establece entre una cláusula que contiene un verbo de decir o pensar y una cláusula que expresa lo que se dijo (locución) o se pensó (idea)». Halliday (2014: 508-511) recalca que este tipo de cláusulas no funciona como una representación directa de la experiencia, sino como una representación de una representación de lo que alguien dijo o pensó. Así, distingue entre dos niveles, dos modos y dos funciones del habla dentro de la proyección. Por un lado, los niveles son las ideas y las locuciones. Las ideas son una representación del contenido de una cláusula mental (es decir, de lo que se piensa), mientras que las locuciones son representaciones del contenido de una cláusula verbal (es decir, de lo que se dice).

**Tabla 90.** Elementos de búsqueda de la proyección

LOCUCIÓN VERBAL		IDEA MENTAL	
PARATAXIS	HIPOTAXIS	PARATAXIS	HIPOTAXIS
Estilo directo con verbos de comunicación	Estilo indirecto con verbos de comunicación	Estilo directo con verbos de pensamiento	Estilo indirecto con verbos de pensamiento
Contexto: uso de comillas	Contexto: conjunción <i>que</i> , conjunción <i>si</i> , interrogativos ( <i>qué</i> , <i>cuál</i> , <i>quién</i> , <i>cómo</i> , <i>dónde</i> , <i>cuándo</i> , <i>cuánto</i> )	Contexto: uso de comillas	Contexto: conjunción <i>que</i> , conjunción <i>si</i> , interrogativos ( <i>qué</i> , <i>cuál</i> , <i>quién</i> , <i>cómo</i> , <i>dónde</i> , <i>cuándo</i> , <i>cuánto</i> )

Respecto a los dos modos, al igual que ocurría con las relaciones lógico-semánticas de la elaboración, la extensión y la ampliación, las relaciones de proyección se pueden manifestar mediante la parataxis y la hipotaxis. La primera se muestra en el estilo directo (*quote* o cita), mientras que, con hipotaxis, se producen oraciones en estilo indirecto (*report* o informes)<sup>141</sup>.

Los niveles y los modos de proyección combinados crean cuatro tipos de proyección, que Halliday ejemplifica con los siguientes modelos (2014: 510):

<sup>141</sup> En este trabajo no entraremos a valorar hasta qué punto el estilo directo es parataxis, pues numerosos autores consideran que la cita está subordinada al segmento anterior. Un amplio estado de la cuestión lo ha desarrollado Estévez (2016) en su tesis doctoral sobre las construcciones de estilo directo en español.

Tabla 91. Cuatro tipos de proyección

	Parataxis (estilo directo)	Hipotaxis (estilo indirecto)
Idea mental	<i>Brutus thought, 'Caesar is ambitious'</i>	<i>Brutus thought that Caesar was ambitious</i>
Locución verbal	<i>Brutus said, "Caesar is ambitious"</i>	<i>Brutus said that Caesar was ambitious</i>

Por otro lado, el lingüista también se refiere a las funciones del habla (*speech functions*) en el contexto de la proyección. A este respecto, señala que mientras que la proyección hipotáctica solo permite *major functions*, es decir, proposiciones y propuestas, la proyección paratáctica permite el uso de otras estructuras lingüísticas menores (*minor speech functions*), como el vocativo, los saludos o las onomatopeyas: «paratactic projection allows for a greater range: we can quote not only propositions and proposals but also minor speech functions such as greetings and exclamations (e.g. they said 'Goodbye, Mr Chips')» (Halliday y Matthiessen, 2014: 511). Así, las proposiciones se basan en el modo enunciativo o declarativo (*statements* y *questions*) y verbos como *tell*, *report* o *reply*, mientras que en las propuestas entrarían otras modalidades oracionales (*offers* y *commands*) y verbos como *agree* o *decide*.

A partir de estos conceptos, en los cuales fundamentamos este análisis, cabe señalar que para el estudio de la proyección en el discurso periodístico se ha consultado la *Base de datos de verbos ADESSE*<sup>142</sup> (en línea), donde podemos encontrar una clasificación de verbos por frecuencia de uso y con distintas informaciones, entre ellas, la clase semántica o tipo de proceso. De esta forma, se han escogido treinta verbos de proceso verbal y otros tantos de proceso mental para el análisis.

Dentro de la clase de procesos verbales, ADESSE incluye los verbos de comunicación, que define como «una entidad (A1) dotada de capacidad comunicativa transfiere información (A2) por medio de cualquier sistema semiótico a otra entidad (A3)». Estos verbos muestran unas realizaciones valenciales propias: se trata de verbos que se usan en voz activa y en cuya estructura sintáctico-semántica un sujeto es el comunicador de un mensaje que aparece como una cláusula en función de complemento directo (en concreto, una subordinada sustantiva) o como una cita:

<sup>142</sup> *Base de datos de Verbos, Alternancias de Diátesis y Esquemas Sintáctico-Semánticos del Español*. Disponible en: <http://adesse.uvigo.es/>.



**Figura 6.** Esquemas sintáctico-semánticos (ADESSE)

act A1: COMP A2 MENS =SUJ =ODIR	act A1: COMP A2 MENS =SUJ =Cita
------------------------------------	------------------------------------

Así pues, son verbos habituales en el discurso periodístico, inherentes a la estructura de la noticia, pues son esenciales para uno de los principales objetivos del periodismo: el contraste de la información a partir de la incorporación de las voces de las fuentes. Los verbos escogidos para este análisis, y que responden a esta clase semántica, son los siguientes:

**Tabla 92.** Verbos de proceso verbal analizados

VERBO	ACEPCIÓN SEGÚN ADESSE	
1	<i>aclarar</i>	Explicar, poner en claro verbalmente.
2	<i>advertir</i>	Avisar, aconsejar o prevenir a alguien de algo que puede ocurrir.
3	<i>afirmar</i>	Declarar como cierto, asegurar.
4	<i>anunciar</i>	Hacer saber, notificar.
5	<i>apuntar</i>	Indicar, insinuar por medio de la palabra.
6	<i>asegurar</i>	Afirmar con certeza.
7	<i>confesar</i>	Expresar, declarar o reconocer algo inédito u oculto.
8	<i>confirmar</i>	Ratificar, afirmar la veracidad o certeza de algo dudoso.
9	<i>contar</i>	Narrar, relatar un suceso.
10	<i>contestar</i>	Reaccionar verbalmente, mediante gestos o por escrito ante una pregunta o situación.
11	<i>decir</i>	Expresar con palabras.
12	<i>declarar</i>	Decir, manifestar.
13	<i>discutir</i>	Defender o manifestar opiniones contrarias.
14	<i>exclamar</i>	Decir o hablar con intensidad y vehemencia.
15	<i>explicar</i>	Declarar, manifestar de forma clara buscando la comprensión.
16	<i>expresar</i>	Dar a entender por medio de palabras o indicios.
17	<i>informar</i>	Dar a conocer datos o noticias a alguien sobre un asunto de interés.
18	<i>insistir</i>	Decir (o hacer) más de una vez, haciendo hincapié o mostrando firmeza.
19	<i>manifestar</i>	Expresar de forma solemne una idea, opinión o información acerca de un asunto. Declarar.
20	<i>matizar</i>	Mostrar otro(s) matiz(es). Por ext., aclarar o señalar los matices de una cuestión o asunto.
21	<i>negar</i>	Decir que no es verdad.
22	<i>plantear</i>	Exponer, formular o presentar una cuestión para su consideración.
23	<i>precisar</i>	Decir de forma clara y concisa.
24	<i>reclamar</i>	Pedir o exigir.
25	<i>reconocer</i>	Admitir o manifestar la veracidad, el mérito o legalidad de algo.
26	<i>reiterar</i>	Repetir.
27	<i>relatar</i>	Narrar, referir un hecho.
28	<i>replicar</i>	Responder con objeciones.
29	<i>responder</i>	Decir o hacer como reacción a un hecho anterior. Expresar o hacer algo para satisfacer una pregunta, duda o llamada.
30	<i>señalar</i>	Comunicar, dar a entender. Indicar con un comentario, mencionar.

Es interesante la aportación que hace Fernández Lorences (2012: 205), pues todos los verbos señalados tienen el rasgo básico de 'decir', al que se le suman otros. La autora distingue dos tipos de verbos del prototipo de 'decir': a) los que atienden a la relación del hablante con el mensaje y b) los que implican una relación del hablante con su interlocutor. Así pues, siguiendo a Fernández Lorences, los verbos seleccionados para este análisis del grupo incorporan diferentes rasgos semánticos.

En primer lugar, los verbos que establecen una relación entre el hablante y su mensaje:

- a) 'Decir' + 'expresar una idea u opinión': *aclarar, anunciar, declarar, explicar, expresar, informar, manifestar*
- b) 'Decir' + 'ampliar lo dicho' o 'añadir detalles': *matizar, precisar*
- c) 'Decir' + 'afirmación' o 'certeza': *afirmar, asegurar, confirmar*
- d) 'Decir' + 'repetición': *reiterar*
- e) 'Decir' + 'negación': *negar*
- f) 'Decir' + 'fuerza de expresión': *apuntar, señalar*
- g) 'Decir' + 'descubrir algo oculto': *confesar*
- h) 'Decir' + 'referir un suceso': *contar, relatar*

Verbos que marcan una relación entre el hablante y un interlocutor:

- a) 'Decir' + 'hacer preguntas': *plantear*
- b) 'Decir' + 'responder a preguntas': *contestar, replicar, responder*
- c) 'Decir' + 'aceptar o dar por buena la opinión contraria': *reconocer*
- d) 'Decir' + 'rechazar la opinión contraria': *discutir*
- e) 'Decir' + 'solicitud' o 'petición': *reclamar*. Si se añade el rasgo 'con apremio': *insistir*

A todos estos, cabría añadir, dos verbos más. En el primer grupo, el rasgo «'decir' + 'modo de dicción'» (Estévez, 2016: 116), donde situaríamos al verbo *exclamar*. Estévez recalca que se trata de verbos de comunicación que indican el modo en que se realiza la acción verbal, es decir, cómo emite su discurso el hablante. Reyes (2002: 18) discrimina esta clase de verbos en el discurso directo, por ser «la única forma de traslación que admite la reproducción literal del discurso». Orientado hacia el receptor, situamos al verbo *advertir*, que recoge el rasgo de 'decir' + 'recomendación' o 'aviso'.

En lo que respecta a los verbos de proceso mental, ADESSE clasifica en esta tipología cuatro subtipos: sensación (*gustar*), percepción (*ver*), cognición (*pensar*) y elección

(*decidir*)<sup>143</sup>. Dentro del subtipo de sensación, están los verbos de volición (*querer*), mientras que en los de cognición se distinguen los verbos de conocimiento (*saber*) y los de creencia (*creer*). Son estos últimos, los de cognición, junto con alguno de volición, los que forman parte del listado propuesto para el análisis de la proyección de ideas mentales en este trabajo, al ser los que Halliday identifica en este tipo de relación lógico-semántica: «The verbs are largely restricted to two of the four types of sensing [...] cognition and desideration (but usually not perception and never emotion)» (Halliday, 2014: 516). Así pues, los verbos escogidos se muestran en la Tabla 93.

**Tabla 93.** Verbos de proceso mental analizados

VERBO	ACEPCIÓN SEGÚN ADESSE	
1	<i>analizar</i>	Estudiar o examinar las partes de algo que se quiere conocer a fondo.
2	<i>averiguar</i>	Llegar a conocer una verdad, indagando o haciendo las gestiones precisas.
3	<i>comprender</i>	Encontrar explicable algo. Justificarlo.
4	<i>comprobar</i>	Revisar o confirmar la veracidad de un hecho o un dato. Dar certeza a una suposición.
5	<i>concebir</i>	Comprender, considerar algo de una forma determinada.
6	<i>confiar</i>	Fiarse de alguien o de algo. Tener una certeza sobre algo futuro
7	<i>conocer</i>	Tener en la mente la representación de algo. Saber. Tener noticia de algo. Ver por primera vez.
8	<i>considerar</i>	Juzgar, estimar o tener cierta opinión de algo o alguien. Pensar, meditar o reflexionar acerca de una entidad o idea (con atención).
9	<i>constatar</i>	Comprobar o hacer constar la veracidad de un hecho.
10	<i>creer</i>	Tener por cierto o verdadero algo demostrable o que se puede llegar comprobar. Tener una sospecha u opinión sobre el estado, cualidad o capacidad de alguien o algo.
11	<i>desconfiar</i>	No confiar, creer o fiarse de algo o alguien.
12	<i>discrepar</i>	Discrepar alguien (con alguien) en / con un asunto. Estar en desacuerdo una persona con otra
13	<i>dudar</i>	Sospechar de la veracidad de algo.
14	<i>entender</i>	Percibir el sentido o significado de algo o de lo que alguien dice. Comprender. Opinar o creer algo (sobre un asunto).
15	<i>esperar</i>	Creer posible y desear que suceda algo.
16	<i>estimar</i>	Juzgar, opinar.
17	<i>evocar</i>	Traer a la memoria o a la imaginación.
18	<i>interpretar</i>	Interpretar alguien un hecho, un dicho o una idea. Explicar o dar sentido a un hecho, un dicho o una idea.
19	<i>intuir</i>	Conocer o percibir por intuición.
20	<i>opinar</i>	Tener una opinión (y expresarla).
21	<i>pensar</i>	Concebir ideas. Reflexionar/opinar sobre ellas. Creer, sospechar o tener cierta opinión acerca de algo o de alguien.
22	<i>presentir</i>	Creer o tener la sensación de que algo va a suceder.
23	<i>prever</i>	Adivinar por anticipado algún hecho futuro. Suponer.
24	<i>razonar</i>	Llevar a cabo ciertos razonamientos (y expresarlos)
25	<i>recordar</i>	Retener o traer a la memoria.

<sup>143</sup> A este respecto, cabe señalar que Halliday distingue también cuatro subtipos de verbos de proceso mental, a saber: perceptivos, cognitivos, desiderativos y afectivos.

26	<i>reflexionar</i>	Pensar o considerar con detenimiento.
27	<i>rememorar</i>	Traer a la memoria algo pasado.
28	<i>saber</i>	Conocer: tener noticia de algo verdadero.
29	<i>sospechar</i>	Creer algo que no se sabe con certeza a partir de indicios.
30	<i>suponer</i>	Considerar como existente, cierto o posible una cosa, un hecho o una idea hipotética.

Si la proyección de locuciones verbales tenía que ver con la presencia de la voz de las fuentes –en estilo directo o indirecto–, parafraseando a Halliday (2014: 516), la proyección mental no se refiere a la orientación funcional del habla de *dar* frente a *exigir* información, sino más bien al estado de validez de la información.

## 5.2. RELACIONES DE PROYECCIÓN: ESTILO DIRECTO Y ESTILO INDIRECTO

La proyección se centra en uno de los principales aspectos caracterizadores del discurso periodístico: la relación de la información con las fuentes y la actividad del emisor como nudo entre la expresión de los contenidos informativos de la fuente y la construcción de la información canalizada a través del texto periodístico, con sus códigos y sus rasgos tipológicos. Desde el momento en que la incorporación de la fuente informativa se integra en los mecanismos de la noticia y constituye una de sus principales singularidades, la proyección desvela cuáles son los recursos del emisor para incorporar la dimensión de los eventos a los ejes binarios relacionados con el sujeto, es decir, los relacionados con la localización temporal y modal. Es, por tanto, la manera de codificar gramaticalmente la información sobre la fuente, que constituye la referencia de contenido de la información.

Más allá de las fuentes de información directa –a las que accede de manera directa el periodista, como testigo, observador, etc.–, las de información indirecta reflejan marcas evidenciales o bien de tipo citativo o reportativo (información adquirida de fuentes externas), o bien inferencial, fruto de un proceso mental del hablante.

La forma de textualizar el origen de la información tiene tres condicionantes que determinan el resultado final y la orientación del discurso:

- Cuál es el proceso que cobra relevancia: citativo/inferencial
- El modo de gramaticalizar el evento a través de ED/EI
- El tipo de evento: locutivo/cognitivo.

En principio, las implicaciones de la proyección son menores que las de la expansión, es decir, podemos vincular estas relaciones a menos rasgos del estilo. Sin embargo, el rasgo  $\pm$  modalizado es mucho más complejo, pues atiende a cuestiones que van desde la carga modal a nivel semántico, hasta el grado de inferencia o de compromiso del periodista con la veracidad de la información que transmite la fuente. Así, los estilos que proponemos son los siguientes:

- a) Estilo  $\pm$  narrativo
- b) Estilo  $\pm$  modalizado
- c) Estilo  $\pm$  declarativo
- d) Estilo  $\pm$  cohesionado

Según los datos recogidos, la proyección es uno de los mecanismos más productivos en el lenguaje de la prensa escrita, en comparación con las otras relaciones lógico-semánticas. Sin embargo, hay un tipo de proyección que destaca sobre la otra: la proyección de locuciones. Este hallazgo sorprendería si estuviéramos analizando otro tipo de textos, como el argumentativo; sin embargo, concuerda con el tipo de verbos habituales de la tipología expositivo-narrativa de la noticia. Como señala González Rodríguez (2003: 63):

Ello refleja el propósito principal del género, como es proporcionar información sobre el asunto noticioso evitando la inclusión de opiniones directas relativas al suceso. Puesto que los verbos de los que se hace uso para introducir la cláusula proyectada en la proyección paratáctica e hipotáctica de ideas son, por lo general, verbos cognitivos o verbos que expresan procesos afectivos o mentales, estos suelen evitarse en el relato periodístico informativo, ya que por lo general implican directamente al periodista en la historia, pudiendo este verter opiniones en relación con la noticia en cuestión.

Aun así, analizaremos de forma pormenorizada su uso y la preferencia por unos verbos u otros. En primer lugar, en cuanto a los datos generales, los medios generalistas y los especializados apuntan a una misma dirección: hay preferencia por la proyección hipotáctica y las ideas mentales son testimoniales en la proyección paratáctica. Así, en los generalistas, todas las cabeceras hacen un mayor uso de las locuciones en la proyección paratáctica, con porcentajes que oscilan entre el 90% (*El País*) y el 95% (*La Razón*) sobre el total de proyección paratáctica registrada. En la proyección hipotáctica, la diferencia entre

los verbos de lengua y los de proceso mental no es tan abrumadora, pero aun así, son superiores los primeros. En este sentido, su presencia abarca entre un 61% y un 72% de la proyección hipotáctica global, como se puede observar en la Tabla 94:

**Tabla 94.** Datos absolutos, FN y porcentajes de la proyección en la prensa generalista

	Proyección paratáctica						Proyección hipotáctica						
	Locuciones		Ideas		Total		Locuciones		Ideas		Total		
	FA	%	FA	%	FA	FN	FA	%	FA	%	FA	FN	
<i>El País</i>	1.905	90	201	10	2.106	232	1.780	61	1.118	39	2.898	320	
<i>El Mundo</i>	1.244	91	120	9	1.364	207	1.364	67	681	33	2.045	311	
<i>ABC</i>	845	92	70	8	915	141	1.310	72	514	28	1.824	282	
<i>La Razón</i>	1.077	95	55	5	1132	189	1.241	64	696	36	1.937	324	
<i>El Periódico</i>	1.150	93	85	7	1.235	207	1.196	64	632	36	1.828	307	
<b>TOTAL</b>	<b>6.221</b>	<b>92</b>	<b>531</b>	<b>8</b>	<b>6.752</b>	<b>198</b>	<b>6.891</b>	<b>64</b>	<b>3.641</b>	<b>36</b>	<b>10.532</b>	<b>309</b>	
TOTAL LOCUCIONES	6.221 (47%)					183	6.891 (53%)					13.112	385
TOTAL IDEAS	531 (13%)					16	3.641 (87%)					4.172	123
TOTAL PROYECCIÓN	6.752 (39%)					198	10.533 (61%)					17.285	508

La prensa especializada (Tabla 95), por su parte, también resalta por un mayor uso de la proyección paratáctica de locuciones (abarca unos amplios porcentajes que superan el 90% en todos los periódicos). En lo que respecta a la proyección hipotáctica, llama la atención que, en dos de los tres periódicos deportivos de la muestra, predomina la proyección de ideas, concretamente en *As* y *Marca*:

**Tabla 95.** Datos absolutos, FN y porcentajes de la proyección en la prensa especializada

	Proyección paratáctica						Proyección hipotáctica						
	Locuciones		Ideas		Total		Locuciones		Ideas		Total		
	FA	%	FA	%	FA	FN	FA	%	FA	%	FA	FN	
<i>As</i>	294	92	24	8	318	103	229	45	248	55	477	154	
<i>Sport</i>	559	93	43	7	602	145	677	59	438	41	1.115	268	
<i>Marca</i>	1.562	90	177	10	1.739	200	760	41	1.038	59	1.798	206	
<i>Cinco Días</i>	441	94	28	6	469	149	780	67	385	33	1.165	370	
<i>Expansión</i>	545	94	34	6	579	138	823	59	580	41	1.403	334	
<b>TOTAL</b>	<b>3.401</b>	<b>92</b>	<b>306</b>	<b>8</b>	<b>3.707</b>	<b>159</b>	<b>3.269</b>	<b>54</b>	<b>2.689</b>	<b>46</b>	<b>5.958</b>	<b>255</b>	
TOTAL LOCUCIONES	3.401 (51%)					146	3.269 (49%)					6.670	286
TOTAL IDEAS	306 (10%)					13	2.689 (90%)					2.995	128
TOTAL PROYECCIÓN	3.707 (38%)					159	5.958 (62%)					9.665	414

En términos generales, nos encontramos con unas cifras que nos pueden aportar información sobre varios aspectos que tienen relación con el discurso periodístico<sup>144</sup>. A este respecto, las implicaciones de la proyección en los estilos comunicativos de la noticia son las siguientes:

**Tabla 96.** Implicaciones de la proyección en la narración periodística

Estilo periodístico	Rasgos
± narrativo	El uso de determinados verbos contribuye al carácter narrativo de la noticia, en especial, de aquellos verbos que aportan dramatismo al relato y de los verbos de proceso mental vinculados al llamado «efecto omnisciente» de la noticia.
± modalizado	Un mayor o menor grado de modalización se observa, por un lado, en la semántica de los verbos de comunicación; por otro lado, en el grado de compromiso del periodista con la veracidad de las declaraciones de la fuente, a partir del uso de verbos con más o menos carga inferencial.
± declarativo	El discurso polifónico del lenguaje periodístico favorece la preferencia por la proyección. A mayor proyección, estilo más declarativo.
± cohesionado	La preferencia por la proyección hipotáctica es signo de un lenguaje más elaborado, mientras que un mayor uso de la proyección paratáctica tiene que ver con la sencillez y con una transmisión de la información más directa desde el punto de vista cognitivo.

La proyección es un mecanismo muy utilizado en el lenguaje de la prensa y, en parte, es así porque, en términos de la gramática tradicional, los modelos que propone Halliday equivalen al estilo indirecto y al estilo directo. Estas dos maneras de introducir las citas son esenciales para transmitir las declaraciones procedentes de las fuentes informativas, que son, a su vez, elementos indispensables en toda información periodística, porque contribuyen a ampliar los distintos puntos de vista de la noticia y, con ello, no solo favorecen la imagen de un estilo más neutro e impersonalizado, sino que alimentan la dialéctica entre las partes en conflicto: el periodista actúa como agente expositor de unos hechos, contrasta las versiones de las partes implicadas y es el lector quien toma parte por unos o por otros y se convierte en intérprete final de la noticia. Los datos globales de la proyección ponen en evidencia al periodista deportivo, que parece ser el que menos interés muestra en ese contraste de la información que genera el uso de la proyección. En el extremo opuesto, el periodista generalista se esfuerza por insistir en la retórica de la objetividad, con unas frecuencias normalizadas superiores: la media es de 508 referencias,

<sup>144</sup> En este capítulo, además de los datos globales, se analizan los datos referidos a FN de las distintas secciones y los % de uso de los verbos por sección. Las tablas con estas cifras se pueden encontrar en el Anexo II.

frente a los 379 casos en la prensa deportiva. La económica no se desmarca demasiado de los datos obtenidos por la prensa general, con una frecuencia normalizada de 492 ocurrencias por cada cien mil palabras.

Destacan, especialmente, dos cabeceras. En la prensa generalista, sale de la norma el periódico *ABC*, con una frecuencia de 423 casos; en la deportiva, llama la atención el discreto uso de la proyección en *As* (257 ocurrencias por 100.000 palabras), con respecto a los datos de *Sport* (413) y *Marca* (406), que casi doblan la cifra, como se puede ver en la Tabla 97:

**Tabla 97.** Presencia de la proyección global en la narración periodística

Periódico	Nº de palabras	FA	FN (por 100.000)
<i>El País</i>	904.610	5.004	553
<i>El Mundo</i>	657.876	3.409	518
<i>La Razón</i>	597.605	3.069	514
<i>ABC</i>	647.455	2.739	423
<i>El Periódico</i>	595.592	3.063	514
<b>Generalistas</b>	<b>3.403.138</b>	<b>17.284</b>	<b>508</b>
<i>Cinco Días</i>	314.773	1.634	519
<i>Expansión</i>	420.464	1.982	471
<b>Económicos</b>	<b>735.237</b>	<b>3.616</b>	<b>492</b>
<i>Sport</i>	415.810	1.717	413
<i>Marca</i>	871.489	3.537	406
<i>As</i>	309.627	795	257
<b>Deportivos</b>	<b>1.596.926</b>	<b>6.049</b>	<b>379</b>

Como ya se ha comprobado en las tablas generales de la proyección (Tablas 94 y 95), las ideas mentales ocupan una posición subordinada en la proyección del lenguaje informativo. Los datos en los tres tipos de prensa analizada son similares (Tabla 98), pues los medios de información general obtienen una frecuencia normalizada de 123 casos por 100.000, la misma que los especializados en deportes. Sin embargo, aquí son los económicos los que resaltan con 17 puntos más, con una FN de 140 casos. Esta diferencia se debe a la habitual consulta de fuentes expertas que aportan sus valoraciones y opiniones sobre las cuestiones de economía empresarial y doméstica. Con todo, haría falta un análisis pormenorizado y de mayor profundidad sobre el tipo de verbos de proceso mental que predomina en estos medios. En el epígrafe siguiente se desarrollará esta tarea.

En lo que respecta a la proyección de locuciones verbales, los datos obtenidos están en consonancia con las cifras generales de la proyección: los medios deportivos están en situación de inferioridad, con una FN de 256 casos, frente a los 385 de la prensa generalista



o los 352 de los diarios económicos. Estos datos prueban que en la información deportiva la imagen de objetividad y el uso de los recursos que contribuyen a ello tienen una importancia relativa, dadas las expectativas de los lectores de cada una de las cabeceras.

**Tabla 98.** Presencia de la proyección en la narración periodística por tipos de medio

Tipo de medio	Nº de palabras	Ideas		Locuciones	
		FA	FN (por 100.000)	FA	FN (por 100.000)
Generalistas	3.403.138	4.172	123	13.112	385
Económicos	735.237	1.027	140	2.589	352
Deportivos	1.596.926	1.968	123	4.081	256

### 5.2.1. El discurso polifónico a través de los verbos de lengua: implicaciones en los estilos periodísticos

Este epígrafe tiene como fin determinar si la manera de presentar las declaraciones de las fuentes en la noticia tiene que ver con el tipo de medio o con la temática tratada y, de esta forma, comprobar si se trata de un fenómeno que contribuye a la fijación de un determinado estilo periodístico. Para ello, hay que distinguir la cita de la atribución, dos conceptos clave en el periodismo que definen Ruiz y Albertini (2008): mientras que lo citable remite a la información misma, esto es, a los datos comunicados por la fuente y publicados por el periódico, lo atribuible tiene que ver con el modo de identificar a la fuente que proporciona esos datos.

El análisis interpretativo de los datos se ha realizado de lo general a lo particular, en varias fases, atendiendo a una serie de cuestiones que consideramos de interés para obtener respuestas, en virtud del objetivo que planteamos:

- a) Presencia de la voz de las fuentes informativas en la narración periodística por tipo de medios y por secciones.
- b) Preferencia de los medios por el discurso directo o por el indirecto.
- c) Variedad léxica en el uso de los verbos de comunicación.

Respecto a la primera fase, la más general, cabe señalar que los datos globales obtenidos revelan que la presencia de la voz de las fuentes informativas, a través de los distintos mecanismos descritos anteriormente, varía en los medios analizados, como se puede ver en la Tabla 99.

**Tabla 99.** Presencia de la proyección de locuciones en la narración periodística

Periódico	Nº de palabras	FA	FN (por 100.000)
<i>El País</i>	904.610	3685	407
<i>El Mundo</i>	657.876	2.608	396
<i>La Razón</i>	597.605	2.318	388
<i>ABC</i>	647.455	2.155	333
<i>El Periódico</i>	595.592	2.346	394
<b>Generalistas</b>	<b>3.403.138</b>	<b>13.112</b>	<b>385</b>
<i>Cinco Días</i>	314.773	1.221	388
<i>Expansión</i>	420.464	1.368	325
<b>Económicos</b>	<b>735.237</b>	<b>2.589</b>	<b>352</b>
<i>Sport</i>	415.810	1.236	297
<i>Marca</i>	871.489	2.322	266
<i>As</i>	309.627	523	169
<b>Deportivos</b>	<b>1.596.926</b>	<b>4.081</b>	<b>256</b>

Los datos globales reflejan una ligera diferencia entre los medios generalistas y los especializados en economía. Los datos más relevantes se muestran en los primeros, concretamente, en *El País*, donde se sitúa la mayor presencia de referencias a las fuentes informativas (407 por cada 100.000 palabras de texto). Cercanos son los resultados de *El Mundo* (396) y *El Periódico* (394). A estos les siguen *La Razón* (388) y *ABC* (333). Estos datos contrastan con los resultados obtenidos en los periódicos deportivos, que en comparación con los generalistas, reducen las declaraciones (ya sea en estilo directo o indirecto) de forma considerable. Destaca, especialmente, el periódico *As*, con una cifra de 169 casos, siendo la cabecera con el número más bajo de ocurrencias; le sigue *Marca* (266), mientras que *Sport* es la cabecera deportiva que hace un mayor uso de las declaraciones, con 297 ocurrencias por cada 100.000 palabras.

Por su parte, los periódicos económicos muestran una alta presencia de declaraciones en sus noticias. Destaca *Cinco Días*, con una FN de 388, mientras que *Expansión* obtiene 325.

Las cifras conjuntas son claras: los periódicos generalistas (385) y los económicos (352) acuden a más fuentes que los periódicos deportivos (256), por tanto, el estilo declarativo no es predominante en este tipo de medios. Ahora cabe revisar qué ocurre con las diferentes áreas temáticas de la prensa generalista, para ver si la tendencia constatada por tipo de medios también se da por secciones. En la siguiente tabla (Tabla 100) se muestra la frecuencia absoluta y la normalizada (por cada 100.000 palabras) de cada una de las secciones de los medios generalistas.

**Tabla 100.** Presencia de la proyección (tanto hipotáctica como paratáctica) de locuciones verbales por medio y sección (en FA y FN)

Periódico	Cultura	Deportes	Economía	Política	Sociedad
<i>El País</i>	<b>121.157</b>	<b>145.285</b>	<b>98.361</b>	<b>353.914</b>	<b>185.893</b>
FA	381	450	370	1575	910
FN	314	310	376	445	490
<i>El Mundo</i>	<b>105.639</b>	<b>96.722</b>	<b>68.841</b>	<b>342.391</b>	<b>44.283</b>
FA	302	321	282	1563	140
FN	286	332	410	456	316
<i>La Razón</i>	<b>93.674</b>	<b>72.768</b>	<b>70.605</b>	<b>265.697</b>	<b>94.861</b>
FA	286	308	239	1153	332
FN	305	423	339	434	350
<i>ABC</i>	<b>90.997</b>	<b>99.373</b>	<b>52.633</b>	<b>265.385</b>	<b>139.067</b>
FA	220	218	179	1099	439
FN	242	219	340	414	316
<i>El Periódico</i>	<b>69.172</b>	<b>103.379</b>	<b>78.617</b>	<b>226.407</b>	<b>118.017</b>
FA	213	288	296	1085	464
FN	308	279	377	479	393

Los resultados revelan una tendencia que se cumple prácticamente en todos los periódicos: la sección de política está a la cabeza en el uso del discurso polifónico en todas las cabeceras, excepto en *El País*, donde ocupa la segunda posición por detrás de sociedad (445 es el dato de política). Las cifras oscilan entre 414 (*ABC*) y 479 (*El Periódico*), es decir, en una noticia de 1.000 palabras hay cerca de 5 referencias a fuentes informativas, ya sea reproduciendo palabras exactas, ya sea recogiendo el sentido de lo citado por la fuente. No es casualidad que sea la sección de política la que destaque sobre las demás. De hecho, numerosos autores se han referido al periodismo de declaraciones, muy practicado en las noticias de este ámbito:

El periodista cultiva principalmente un periodismo declarativo. Las informaciones importantes se refieren generalmente a declaraciones de líderes de opinión, generalmente de políticos. La situación comunicativa predominante en la información periodística consiste en que alguien informa sobre lo dicho por alguien (Núñez Ladevéze, 1999: 116-117).

Borrat (2003: 60) considera al periódico como un intermediario entre los ciudadanos y el sistema político, un mediador interesado «que privilegia con la permanencia a ciertos autores y a ciertas fuentes así como a un pequeño elenco de personajes individuales y colectivos –casi siempre identificables como los actores más poderosos o más cercanos a la conquista del poder político o económico».

A este respecto, no son nada desdeñables los datos recogidos en dos áreas: economía y sociedad. Por un lado, esta última destaca en *El País* (490) y ocupa el segundo lugar en *El Periódico* (393), mientras que son los temas económicos los que más utilizan estas estrategias, por detrás de la política, en *El Mundo* (410) y *ABC* (340). Los contenidos culturales y deportivos son, según los datos obtenidos en cuatro de las cinco cabeceras, las secciones que hacen un menor uso de las fuentes. Este hecho se puede relacionar con el tipo de noticias de estas temáticas: mientras los contenidos políticos, económicos y los heterogéneos incluidos en la sección de sociedad precisan de la incorporación de las fuentes para construir un modelo de noticia capaz de abarcar la complejidad del proceso informativo, los culturales y deportivos se orientan hacia la exposición, por parte del narrador, de referencias a acontecimientos en los que la incorporación de voces no es necesaria e incluso puede considerarse como disruptiva.

Respecto a la preferencia de los periódicos por el discurso directo o indirecto, nos centraremos aquí únicamente en las estructuras gramaticales prototípicas y tradicionales. Analizaremos, además, qué verbos predominan en una u otra estructura, pues, según Reyes (2002: 17), debido a los matices de significado de los verbos de comunicación, algunos son más frecuentes en el estilo indirecto y otros en el directo. Así, los marcos formales de la cita directa tenidos en cuenta en este análisis son los siguientes:

- a) “Cita”, verbo / “Cita”, verbo, “cita”: de los casos de estilo directo, este es el más utilizado en el lenguaje periodístico<sup>145</sup>. Una cita, que puede ser más o menos extensa, concluye con el verbo de lengua y la fuente que ha proporcionado la información. El verbo también puede aparecer en medio de la cita entre comas o entre guiones, algo que no es frecuente en lenguaje periodístico, según el corpus de estudio:

(197) «Lo que sí está científicamente demostrado, y hay muchos estudios internacionales al respecto, es que el fracaso escolar es atribuible a la pobreza y al bajo nivel de renta de las familias; al nivel cultural de estas familias y a su compromiso hacia la escuela y, sobre todo, al hecho de que el niño haya sido escolarizado antes de los tres años», **aseguró** el director de la Jaume Bofill, una institución muy crítica con las políticas educativas que ha aplicado CiU desde su llegada al Govern de la Generalitat en el 2011. (María Jesús Ibáñez, «Ruiz achaca el fracaso escolar al hachís e irrita a los pedagogos», *El Periódico de Catalunya*, 14-03-14, 32).

- b) Verbo: “cita”: también se ha tenido en cuenta este esquema, mucho menos utilizado que el anterior, como norma general, en todas las cabeceras de estudio:

---

<sup>145</sup> En todas las cabeceras, esta estructura supone cerca del 95% del total de las estructuras de estilo directo analizadas.

(198) Con Bayona repetirán bastantes miembros de su equipo técnico habitual, y el director **aclara**: “Me gusta rodar con ellos, insistir en hacer cine ambicioso temáticamente y a la vez industrialmente. En el momento en que vivimos ahora es necesario insistir en nuestro esfuerzo por crear industria”. (Gregorio Belinchón, «Y tras los orfanatos y los tsunamis... los monstruos», *El País*, 07-03-14, 45).

c) Verbo “cita”: esta última estructura la hemos contabilizado como estilo directo, aunque hay controversia entre los autores. Para Escribano (2002), se identifica con un «discurso pseudo-directo», es decir, un breve extracto de palabras entrecomilladas inserto en la enunciación del periodista. Johnson (2005: 117) lo denomina «cita parcial rigurosa» y señala que «se inserta en la noticia en el marco de una cita indirecta, justamente para enfatizar ciertas opiniones desarrolladas en la intervención oral. Generalmente esta clase de citación no supera las tres palabras y su reproducción respeta la misma secuencia en que fue pronunciada en el discurso original». Se trata de ejemplos como el siguiente, en la que se selecciona una parte de una cláusula más extensa:

(199) Tras haber pactado con la UE, Washington aseguró además que Moscú notará las consecuencias de sus acciones pronto. «Hace mucho que pasó el tiempo en que la comunidad internacional se quedaba quieta mientras un país tomaba por la fuerza el territorio de otro», dijo la Casa Blanca, que **anunció «pasos concretos»** contra Rusia. (María Ramírez, «Obama advierte a Putin de que «nunca» reconocerá el resultado», *El Mundo*, 17-03-14, 28).

Por su parte, para el estilo indirecto, seguimos a Reyes (2002: 32) que habla de tres estructuras sintácticas del estilo indirecto:

Las oraciones que tienen una cita indirecta están formadas por un verbo de comunicación verbal y una subordinada sustantiva, encabezada por la conjunción *que*; las interrogativas indirectas totales van encabezadas por *si* (o por *que si*), y las interrogativas parciales, por un pronombre interrogativo (que también puede estar precedido de *que*). La cita indirecta funciona como objeto directo del verbo introductor.

Así, los esquemas del estilo indirecto analizados son:

a) Verbo + *que*: es la estructura más frecuente en estilo indirecto en todas las cabeceras:

(200) Garber **recordó que** la competición cuenta con 19 equipos, cuando tenía 12 en 2006, y que la media de espectadores en los estadios es de 18.807 aficionados, lo que le sitúa en el séptimo lugar de asistencia del mundo. (Stam Simmons, «La MLS desafía a Blatter», *Sport*, 08-03-14, 36).

A pesar de que los manuales de estilo desaconsejan el uso de las comillas en oraciones donde se produce la traslación del discurso directo al indirecto, hemos encontrado abundantes casos de estilo indirecto combinado con el uso de las comillas, lo que

Maingueneau (1981: 108) denomina el entrecomillado de unidades léxicas y caracteriza como «interferencias léxicas» (Maingueneau, 1989: 137): «le mot entre guillemets: dans les énoncés écrits on rencontre très fréquemment des fragments mis entre guillemets dont les dimensions n'excèdent pas celles du mot ou du syntagme sans qu'il s'agisse de discours rapporté».

(201) Preguntado por la reapertura de la central nuclear de Garoña, Conti **dijo que** “depende de los reguladores”, aunque la considera una “central muy importante para Endesa e Iberdrola”. (Carmen Monforte, «Enel congela las inversiones de Endesa en España por dos años», *Cinco Días*, 13-03-14, 3).

b) Verbo + (*que*) si / pronombre interrogativo: los registros de esta estructura son bastante escasos, en comparación con el uso del *que*, pero también consideramos relevante analizarlos:

(202) Eso ha cambiado. En las últimas semanas, ABC ha charlado con varias estrellas de la televisión que han triunfado gracias a series muy diferentes, y que **han analizado cuáles** son las características de la nueva ficción televisiva –según los entendidos, la que componen las series de calidad producidas con posterioridad a «Los Soprano» (1999-2007)–. (David Martos, «El mundo de la televisión asalta la frontera de Hollywood», *ABC*, 02-03-14, 122).

(203) Sin embargo, el trasplante de Mateo no supondrá un punto y final. Eduardo **ha comprobado cómo** el mensaje ha calado en la gente. Grupos de Facebook como «Unidos por la Médula»; ocho personas que, conmovidas por la historia del «peque», se hicieron donantes y han sido solicitados al ser compatibles con otros pacientes; 300 personas del círculo de la familia que se han hecho donantes de médula... (J. V. Echagüe, «Aún quedan muchos “Mateos” anónimos», *La Razón*, 20-03-14, 44).

(204) “No me sentía tan cómodo, no sé si por la forma de jugar o porque ahora me he acostumbrado al estilo del entrenador. Cuando uno no tiene confianza, bajas un poco la cabeza, te sientes con miedo. Ahora estoy cada vez más tranquilo y eso se está notando”, admite. No obstante, no **sabe si** el choque del domingo marcará un punto de inflexión en su rendimiento. (Francesc Adelantado, «“No me he sentido nunca presionado”», *Marca*, 11-03-14, 37).

No obstante, hay que dejar claro que las fórmulas utilizadas en el lenguaje periodístico son diversas y difusas desde un punto de vista gramatical, pues, a veces, es difícil distinguir los esquemas convencionales en las formas de introducir la cita:

La complejidad polifónica del texto periodístico hace que confluyan voces de distinto signo, evocadas y reproducidas por el narrador, de manera que es difícil encontrar formulaciones tan clásicas como las propuestas por los manuales. De hecho, dentro de un mismo enunciado o en los párrafos con discurso reportado no hay uniformidad, no existe una única fórmula para reproducir el discurso reportado: se engarzan diversas técnicas y se pasa de una a otra. Lo que comienza con un discurso narrado, pasa a discurso directo y luego a discurso indirecto, por ejemplo, o cualquier otro tipo de sucesión discursiva. Por ello, se prefiere hablar de un continuum en la reproducción del discurso

reportado, en el que se pasa sin transición de unas formas a otras, superando los límites entre el discurso directo y el discurso indirecto con numerosas variantes (Vellón, 2014b: 87).

De hecho, cabe destacar que en este análisis no se han incluido aquellas declaraciones que se escapan de los esquemas gramaticales comentados, pues, con un corpus de tal magnitud sería complicado recuperar todas las ocurrencias en las que aparecen citas con otros verbos distintos a los estudiados o intercaladas en medio de oraciones sin un elemento de conexión claro. Ejemplos de este tipo de citas son las siguientes:

- (205) «¿El motor se ha gripado?», fue la pregunta retórica que el economista Jordi Angusto utilizó para introducir el primer debate del ciclo que el Ateneu Barcelonés ha organizado sobre la estrategia económica de futuro en Catalunya. (J. M. U., ¡Anda, la industria!, *El Periódico de Catalunya*, 26-02-14, 30).
- (206) Solicitó “un menú cortito, con algún plato de verduras, y así fue”. No hubo despliegue de vinos, tan solo bebieron agua y un par de infusiones. Entre los aperitivos, gilda de zanahoria y ssam-jang (el popular pincho fusionado con pasta de soja coreana). Y entre los platos fuertes, carne de vaca asada con cristales vegetales caramelizados. (Rosa Rivas, «Yoko Ono cena en Arzak la víspera de su ‘performance’», *El País*, 13-03-14, 44).
- (207) Con el obligado paso por los decorados en los que se ha dado cita la trama y en los que se representaron diferentes lugares como Granada, El Vaticano y Francia, y ante los que los Príncipes se mostraron «muy sorprendidos por su rigor histórico», especialmente de la reproducción de la Alhambra, desvelaron desde la Casa Real a LA RAZÓN. Otra de las cosas que llamó la atención a Don Felipe fue la «internacionalización» de la serie, que ya ha traspasado las fronteras de países como México, Gran Bretaña y Chile, y que ha sido una de las sensaciones de la reciente feria televisiva Natpe de enero, en la que continuó abriéndose camino en el mercado latinoamericano, tanto con sus dos temporadas ya emitidas como con la que está en producción. (J. Herrero, «Los Príncipes de Asturias asisten a la muerte de “Isabel”», *La Razón*, 20-02-14, 69).

De esta forma, en la Tabla 101, podemos ver, en las cifras globales de cada medio generalista, un predominio del estilo indirecto en todas las cabeceras, menos en *El País*, donde las cifras entre ambos procedimientos de cita no son muy distantes: 211 casos de estilo directo frente a 197 ocurrencias de estilo indirecto. Por otra parte, queda de manifiesto que el discurso reproducido es el escogido para introducir las voces de los distintos agentes sociales que intervienen en la noticia periodística en las secciones de política y economía.

Como señala Reyes (2002: 45), el estilo indirecto «sirve para narrar el discurso de otro u otros. [...] Esta narración suele respetar el contenido de lo citado, resumiéndolo, aclarándolo, glosándolo. A veces, se reproducen algunas expresiones “literalmente”, como en el estilo directo, y se las intercala en el relato». En este sentido, el discurso indirecto

está al servicio de la modalización del discurso periodístico, pues el redactor enlaza su discurso con el de la fuente a su antojo, bajo su criterio y responsabilidad; el discurso reportado es, pues «una estrategia discursiva en el texto periodístico» (Vellón, 2013a: 161).

Desde el punto de vista pragmático, Camargo (2008: 3) hace hincapié en que

en la cita directa la información se presenta dentro del marco espacio-temporal del hablante distante, por lo que se invita a la inferencia de que las palabras citadas son las palabras reales del hablante distante. Por el contrario, en la cita indirecta la información se presenta dentro del marco espacio-temporal del hablante actual y no se invita a inferir que las palabras son las del hablante distante, sino una reconstrucción del emisor.

Los manuales de estilo de los medios señalan que las declaraciones de las fuentes son esenciales para lograr la objetividad de la noticia, pues sirven para recoger los distintos puntos de vista en pro de una función esencial de la tarea periodística: el contraste de la información. No obstante, recogen distintas indicaciones sobre su uso y tratamiento. Así, *ABC* (2001: 166-177) destaca que todas las palabras, declaraciones u opiniones ajenas que se transcriban literalmente en un texto informativo se entrecomillarán sin tergiversar el sentido o intención con que fueron expuestas. Además, concreta que el redactor puede seleccionar los pasajes más interesantes y, ocasionalmente, alterar el orden de lo que se manifiesta. *El País* (2003: 34) deja claro que nunca se puede escribir que un personaje insinúa una información, a no ser que a continuación se reproduzcan las palabras textuales, pues se pretende que sea el lector el que pueda corroborar la interpretación del periodista o discrepar de ella. Asimismo, da cuenta de que es una incorrección sintáctica emplear el *que* para introducir una cita directa<sup>146</sup>. El periódico es tajante: hay que utilizar los dos puntos y las comillas. Por su parte, *El Mundo* trata en varios epígrafes de su libro de estilo el uso que se debe hacer de las informaciones de las fuentes, su función y su explicitación textual. Así, con respecto a su función, deja claro que

las citas ayudan a visualizar a los protagonistas y dan verosimilitud [...] deben ser siempre seleccionadas con rigor: porque aportan color, porque aclaran una historia con las palabras de los

---

<sup>146</sup> Sobre este tema, cabe señalar que, a pesar de que se considera una incorrección, se han encontrado multitud de ejemplos en los que no se cumple esta norma. Al no ser este un trabajo de normativa no lo trataremos desde ese punto de vista; sin embargo, hay que dejar claro que estructuras del tipo *Arraiz afirmó que «un nuevo estatus es algo, estatuto o lo que sea, cualquiera que sea la forma del articulado que coja, que contenga el derecho a decidir»*, se han analizado en este trabajo como estilo indirecto, teniendo en cuenta que aparece la marca *que*, conjunción característica en la transposición del discurso directo al indirecto.



testigos presenciales, porque es importante que el lector conozca la literalidad de las palabras de un responsable político o empresarial (1996: 21).

Su ausencia, por tanto, «es una desviación de los principios de vivacidad y legibilidad que deben imperar en el estilo de *El Mundo*» (1996: 56). En cuanto a la sintaxis, se recalca el error frecuente, y comentado anteriormente, en la transposición del discurso directo: la aparición de una oración subordinada en primera persona cuando la principal está en tercera.

En el ámbito deportivo, el libro de estilo de *Marca* (2012: en línea) establece que

Todas las declaraciones que se citen de forma literal deben aparecer en *Marca* entre comillas españolas («») y con una identificación clara de quién las hace. Si es necesario, hay que explicar por qué dicha persona es relevante para la información. Es lícito modificar unas declaraciones o reordenarlas en aras de una mejor comprensión por parte del lector, pero se debe poner mucha atención al hacerlo para no tergiversar el sentido original de las palabras.

Estudiosos del lenguaje periodístico, como Saavedra (2001: 71), hacen hincapié en que, paradójicamente, los manuales periodísticos enseñan que son las citas en directo las que confieren vida a los relatos y que, además, son más seguras, puesto que permiten cubrirse las espaldas: la responsabilidad, en ED, recae en la persona citada.

Los redactores de las áreas de economía y política reproducen las palabras de sus fuentes imbricándolas en su propio discurso. Los datos obtenidos así lo demuestran. Por un lado, respecto a economía, *El Mundo* obtiene los resultados más altos (279 usos del estilo indirecto) y le siguen *ABC* (245), *El País* (239), *La Razón* (238) y *El Periódico* (207). Es decir, si cada noticia de un periódico generalista tiene una media de 600 palabras, con estos datos podemos extrapolar que en cada noticia económica hay entre una y dos citas indirectas. Cercanos a estos, están los datos obtenidos en la sección de política: *ABC* tiene el mayor número de ocurrencias (277) y le siguen *El Periódico* (275), *El Mundo* (268), *La Razón* (258) y *El País* (241).

Los periodistas de estas áreas prefieren, pues, el estilo indirecto, mucho más maleable lingüísticamente: permite el uso de léxico propio y la modificación de las expresiones; favorece los actos de seleccionar, resumir, explicar y aclarar los mensajes de esas fuentes emisoras, procedentes, principalmente, de ruedas de prensa, notas de gabinetes de comunicación de partidos políticos o de empresas, informes, estudios,

manifestaciones individuales de autoridades, etc. Tal y como recoge la *NGLE* (2009: § 43.10a-b), el que transcribe o reconstruye palabras o pensamientos puede presentarlos en la misma forma en que fueron emitidos, o bien reconstruirlos a partir de equivalencias. Sin embargo, el uso de esas equivalencias no garantiza el valor de verdad de la proposición. Además, hay que tener en cuenta que en el discurso indirecto el emisor puede reproducir contenidos en lugar de formas lingüísticas. De ahí que, autores como Reyes, señalen que en el discurso indirecto prevalece el qué y no el cómo. A esto, cabe añadir, como señala Escribano (2009: 16), que

un periodista debe transmitir las palabras del autor de las declaraciones, pero también tiene que hacerse portavoz de la fuerza ilocutiva contenida en ellas, y por lo tanto de sus intenciones. Y es aquí donde puede introducirse un sesgo subjetivo, ya que no se trata solo de informar de lo que se ha dicho, sino también de interpretar la intención que se oculta tras las declaraciones o la manera en que se realizaron estas.

En esta tesitura, la decisión del redactor de incluir, excluir o cambiar palabras procedentes de sus fuentes, es decir, parafraseando a Reyes (2002: 12), de acomodarlas «a su situación comunicativa», hace que la modalización esté presente ya en esa toma de decisiones inicial que repercute en la actitud lingüística del emisor, en el modus, y, en consecuencia, en cómo recibe la información el interlocutor. Los siguientes ejemplos son una muestra de estas funciones del estilo indirecto en el lenguaje periodístico:

- (208) «No es una amenaza», argumentó Duran, quien sí aclaró que el escenario de la secesión sin consulta previa a los catalanes ni negociación con el Estado no es un escenario que desee ni busque para Cataluña. El democristiano, que volvió a declararse «atrapado» por el «empeoramiento» del choque entre Cataluña y el resto del país, aseguró que seguirá trabajando para que se celebre una consulta —«puramente consultiva», remarcó—. Lo contrario, avisó, «sería cerrar la actual situación en falso». (J. G. Gallego/V. Mondelo, «El Gobierno usa a Crimea para desacreditar los planes de Mas», *El Mundo*, 18-03-14, 1).
- (209) En este sentido, Pich ha explicado que existen dos grupos: uno encabezado por Madrid que se ha convertido en el adalid de la bajada de impuestos —la Comunidad madrileña es la que tiene los tributos regionales más bajos—. Y otro grupo encabezado por Cataluña que ha subido los impuestos a niveles máximos. (J. S. G., «Los economistas advierten del escaso margen para bajar impuestos», *El País*, 27-02-14, 25).
- (210) Elvira Rodríguez, también señaló ayer que el regulador ha abierto otro expediente —el séptimo ya— a un «actor extranjero» por las circunstancias que rodearon la ampliación de capital de Bankia en mayo del pasado ejercicio. (B. C. B. Carrascosa, «La CNMV tampoco ve anomalías en torno a la subasta eléctrica», *La Razón*, 13-03-14, 31).
- (211) Por su parte, el presidente separatista del Parlamento de Crimea, Vladímir Konstantínov, ha advertido que la península no tiene intención de mantener contactos con Kiev. «Las autoridades actuales de Ucrania no son legítimas. Mientras no se vayan, no habrá diálogo, no sólo con los dirigentes, sino con el país entero», aseguró. (Rafael.

M. Mañueco, «Jodorkovski carga contra Putin desde la tribuna del Maidan», *ABC*, 10-03-14, 34).

- (212) Se calcula que hay 125 millones de europeos en esta situación, aunque el propio comisario Andor reconoce que solo se trata de ayuda material (ropa y comida), lo que se aleja del principal fin del Fondo Social Europeo, orientado a «garantizar a los ciudadanos su capacitación para acceder al mercado laboral». (Josep María Ureta, «El tercio que sigue excluido», *El Periódico de Catalunya*, 16-03-14, 32).

En deportes, vemos que, en todos los periódicos menos en uno, *ABC* –donde el estilo indirecto (119) supera al directo (101)–, el uso del estilo directo es predominante en esta sección: duplica o está cerca de duplicar las ocurrencias del estilo indirecto en *El País* (210 frente a 100), *El Mundo* (214 frente a 118), *La Razón* (279 frente a 144) y *El Periódico* (202 frente a 76). Estas cifras corroboran que el dinamismo característico de las noticias de esta sección va en consonancia con el predominio del estilo directo, que sirve para aportar, además de viveza y agilidad, dramatismo, intensidad o tensión al relato:

- (213) Cuando fue detenido su compañero de entrenamientos Bezabeh, Penti declaró: “Solo pido que se luche de verdad contra el dopaje. Si alguien es culpable, que lo pague”. (Jesús Duva/Carlos Arribas, «Penti cae por tráfico de dopaje», *El País*, 12-03-14, 51).
- (214) Arbeloa se pierde el final de campaña con el Madrid esa rotura del hueso. «La lesión no es dolorosa», dice Arbeloa. «Lo que he sufrido es un estrés en la articulación. La fisura es de dos milímetros». (Tomás González-Martín, «Arbeloa, dos meses de baja», *ABC*, 14-03-14, 53).
- (215) Especialmente preocupado se muestra Eduardo Levy, presidente de Sinditelbrasil, por la situación del estadio que acogerá la inauguración, el Arena Corinthians de São Paulo, y el Arena Baixada de Curitiba, que apenas serán entregados un mes antes del inicio del torneo, el 12 de junio. «En Maracanã pudimos hacerlo en 47 días trabajando día y noche, pero no se recomienda hacer eso. El riesgo de que la señal caiga en momentos de gran flujo de datos, como un gol, es muy alto», asegura Levy. (Edu Sotos, «Brasil sufre su ambición», *El Periódico de Catalunya*, 22-02-14, 10).

La *NGLE* (2009: § 43.9e) recoge otra de las funciones esenciales de la cita: «la forma citativa elegida por el autor, que marca con comillas la información reproducida, tiene consecuencias retóricas, puesto que induce en el lector cierto efecto de verosimilitud, aunque haya inexactitud formal de lo que se transcribe». Extrapolada al ámbito del lenguaje periodístico, esta manifestación de la autoridad lingüística se adecua perfectamente a uno de los objetivos del quehacer periodístico: el contraste de la información con todos los implicados para conseguir credibilidad, mostrarse lo más neutral posible y, así, poder responder a la objetividad que se le exige como modelo de prestigio:

Los testimonios otorgan veracidad a la historia, puesto que nada puede reemplazar a los dichos reales de los testigos directos –sobre todo si son reproducidos en su versión exacta, coloquial–; porque rompen con la monotonía del relato, dándole fuerza y vivacidad a la nota; y porque revelan el

esfuerzo del periodista por averiguar todos los aspectos de una noticia, lo que torna el texto más confiable para el lector y le ofrece más elementos para sacar sus propias conclusiones (Albertini y Ruiz, 2008: 19-20).

Por otro lado, el estilo directo permite focalizar la atención del lector en el cómo se dijo frente al qué se dijo, pues, desde un punto de vista sintáctico, «la expresión introductora de estilo directo puede contener otros complementos, dado que el narrador tiende a describir las acciones de los personajes de manera detallada y esto se traduce en una sintaxis del texto más compleja» (Estévez, 2016: 278). Se trata, principalmente, del complemento predicativo y del circunstancial de modo (tanto en forma de sintagma como de subordinada adverbial): el complemento predicativo expresa la actitud o el estado de la fuente al enunciar sus palabras, mientras que el circunstancial se refiere al modo en que la fuente emite su mensaje:

- (216) «En el Barça se pierde un partido y parece que se haya muerto alguien», confesó Alexis, **asombrado de las repercusiones que ha tenido la derrota de Valladolid**. (Marcos López, «El equipo tiene la palabra», *El Periódico*, 11-03-14, 44).
- (217) «Ha imperado el sentido común y la cordialidad de todas las partes. Es lo mejor y lo más positivo, no cambiar ninguna fecha y viajar a Chipre», explicó **aliviado el presidente del Valencia**, Amadeo Salvo, pasadas las tres de la tarde. (Raúl Cosín, «Del infierno de Kiev a Chipre», *ABC*, 20-02-14, 56).
- (218) «Me da fuerzas para seguir mejorando», reconoce, **sin flagelarse por el hecho de que haber llegado tan tarde a la elite le haya podido robar momentos de gloria con España**. «Eso nunca lo sabremos. Mi momento me llegó hace tres años. Lo que podía haber sido no me interesa», admite, **sabiendo que aquello fue tiempo de curtirse**. (Lucas Sáez-Bravo, «El 'sinvergüenza' que no teme al Madrid», *El Mundo*, 09-03-14, 40).
- (219) «Quiero jugar con la selección española y no quiero que se dude de mí», aseguró el hispano-montenegrino **con inusitada determinación** tras el partido ante el UCAM Murcia. (Faustino Sáez, «Ibaka-Mirotic, debate nacional», *El País*, 17-03-14, 57).
- (220) A la cuestión de su horario, Ancelotti respondió **dibujando una sonrisa**: «Llego a las nueve y media porque me gusta dormir un poquito por las mañanas... y me quedo hasta las seis y media, normalmente, repasando los vídeos que hacemos de los rivales... Después me gusta estar en casa. Y los miércoles, si puedo, voy al cine». (Diego Torres, «La naturalidad de Ancelotti», *El País*, 20-02-14, 51). Se proclamó líder y le llegaron las bendiciones de todos los lados. «Ahora ya estamos preparados para el duelo que todo el mundo quiere ver en el Tour, Contador contra Froome», afirmó Riis, **frotándose las manos por lo que no se pudo ver el año pasado**. (Sergi López-Egea, «Contador ya es contador». *El Periódico de Catalunya*, 18-03-14, 52).

Con el estilo directo, el periodista intercala las palabras exactas de la fuente en su discurso, de forma que el lector recibe por parte del periodista la responsabilidad de interpretar las palabras:

Las palabras transmitidas en EI se dan ya interpretadas por el hablante citador. En el ED, las palabras reproducidas o, más exactamente, reconstruidas, se ofrecen al interlocutor para que este las

interprete (o se finge hacerlo así). En el EI, el locutor [...] tiene toda la responsabilidad, tanto de la retransmisión como de la interpretación. (Reyes, 2002: 45).

Es interesante la apreciación que hace Reyes, pues en los ejemplos que siguen podemos ver que la interpretación por parte del emisor no está en el discurso directo como tal, sino en la manera de introducir la cita directa, en la elección de los verbos de comunicación o en la modalización presente en el discurso contiguo a la cita:

- (221) Tampoco ha parado el Barça la planificación del próximo curso, aunque Gerardo Martino **entre en incongruencias cuando le mentan el tema**. Como ayer. «No participo de lo que se publica», en relación a los nombres de posibles refuerzos. Aunque luego matizó: «No participo porque no existe, no porque me dejen fuera». (Andrés Corpas, «El provocador ritmo de Alves», *El Mundo*, 16-03-19, 41).
- (222) Años después, tras la muerte no esclarecida de Sonny Liston en su casa de Las Vegas, Ali **se confesó** a Thomas Hauser: ¿Qué te hubiera gustado decirle a Sonny a la cara? Ali respondió: «¡Qué miedo me dabas!». (Ángel González, «Ayer Cassius Clay, siempre Ali», *El Mundo*, 26-02-14, 41).
- (223) **No le importa el pasado, por muy bueno que haya sido, porque Martino ya tiene diseñado el plan**. «No me genera ninguna duda cómo jugar en el Bernabéu», anunció el técnico, consciente, sin embargo, de que se enfrenta a una semana complicada. (Marcos López, «Una alineación clásica», *El Periódico de Catalunya*, 17-03-14, 43).

Los datos del área de cultura siguen la línea de las noticias de deportes (Tabla 101). Cabe recordar que, como ya indicamos en capítulos anteriores, en estas dos secciones se han incluido, además de noticias, crónicas, pues se trata de un género predilecto en este tipo de informaciones. La libertad de escritura característica de este género da pie a incluir este tipo de declaraciones.

En la sección de sociedad, los datos no son concluyentes, pues no hay una unanimidad en todas las cabeceras en la preferencia de presentar las citas de forma directa o indirecta. En *El País* y *El Mundo* es más habitual el estilo directo, mientras que en *La Razón*, *ABC* y *El Periódico* se prefiere el indirecto. Consideramos que la amplitud de subtemas que conforman esta sección puede determinar este resultado, pues no es lo mismo una noticia sobre leyes que otra sobre salud, por ejemplo, en la que hay una implicación de agentes sociales y da pie a una mayor dramatización del discurso y, por tanto, a un mayor uso del estilo directo.

**Tabla 101.** Frecuencia normalizada del uso del ED y EI por medios generalistas y secciones

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>La Razón</i>		<i>ABC</i>		<i>El Periódico</i>	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<b>Cultura</b>	189	125	199	87	188	117	137	104	195	113
<b>Deportes</b>	210	100	214	118	279	144	101	119	202	76
<b>Economía</b>	137	239	131	279	101	238	95	245	169	207
<b>Política</b>	204	240	189	268	176	258	138	277	204	275
<b>Sociedad</b>	276	214	203	113	168	182	147	168	179	214
<b>TOTAL</b>	<b>211</b>	<b>197</b>	<b>189</b>	<b>207</b>	<b>180</b>	<b>208</b>	<b>131</b>	<b>202</b>	<b>193</b>	<b>201</b>

Si observamos las frecuencias por 100.000 palabras de los medios especializados (Tabla 102), la tendencia es la misma que en las secciones de los generalistas: en los periódicos económicos se utiliza más el estilo indirecto, mientras que en los deportivos hay una preferencia por el discurso directo. Así pues, en *Cinco Días* y *Expansión*, los datos recogidos demuestran que el estilo indirecto es más habitual que el directo, con cifras más reseñables en *Cinco Días*, donde el uso del estilo reproducido dobla a la cita directa. En cambio, en *Expansión*, los datos no son tan dispares, pero también hay un claro predominio de la reproducción de las declaraciones (196 casos de discurso indirecto frente a 130 de discurso directo). Por su parte, en los periódicos deportivos, prevalece el discurso directo en dos de las cabeceras analizadas (*As*, con 95 casos, y *Marca*, con 179), mientras que en *Sport* despunta el estilo indirecto (163 casos frente a 134). Es especialmente llamativo el caso de *Marca*, donde la reproducción exacta del discurso original de las fuentes es mucho más usada que la reproducción reconstruida.

**Tabla 102.** Frecuencia normalizada del uso del ED y EI por medios especializados

	<i>Cinco Días</i>		<i>Expansión</i>		<i>As</i>		<i>Sport</i>		<i>Marca</i>	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<b>TOTAL</b>	140	248	130	196	95	74	134	163	179	87

Otro rasgo que contribuye a la estrategia discursiva de los medios de comunicación son los verbos que introducen las citas.

En las dos tablas que siguen (Tablas 103 y 104) aparece una comparativa de la variedad léxica verbal por medio y sección, según si el verbo introduce cita directa o

indirecta. Estos datos pueden llevar a una interpretación errónea, pues, por ejemplo, podríamos pensar que, en *El País*, de los 30 verbos escogidos para este análisis, se usan más verbos diferentes en deportes que en economía; sin embargo, cabe matizar que el número de palabras del corpus de economía es menor que el de deportes. Estas tablas hay que interpretarlas en otro sentido, pues son interesantes para comprobar, en el mismo corpus y con el mismo número de palabras, si los redactores utilizan una mayor o menor gama de verbos de comunicación, según su forma de introducir las declaraciones de las fuentes. Cuestión bien distinta es la elección de unos verbos u otros según el tipo de discurso, aspecto que trataremos en profundidad en las páginas siguientes.

Así pues, si nos centramos en el primer medio, *El País*, no hay datos reseñables al respecto en las secciones dedicadas a contenidos culturales, deportivos y políticos (el número de verbos distintos utilizados es similar, tanto para introducir el estilo directo como el indirecto). Sí que hay una diferencia significativa, sin embargo, en economía: se usan más verbos para introducir el discurso indirecto (23 frente a 16). En sociedad, los datos también son parecidos, con un pequeño despunte en el estilo indirecto (25 frente a 23). En *El Mundo* los datos difieren más en todas las secciones, excepto en política, donde de los 30 verbos estudiados, se usan 27 en estilo directo y 28 en indirecto. Destacan, especialmente, las secciones de deportes y economía, con datos superiores en el estilo indirecto (25 y 24, respectivamente). Por el contrario, en sociedad, son las citas directas las que recogen un mayor número de verbos distintos (16 frente a 12). Las cifras que destacan en *La Razón* son las de cultura y economía, donde hay más diversidad en el estilo indirecto (20 frente a 17 y 15, respectivamente). En *ABC*, los datos recogidos son bastante llamativos. Por un lado, en la sección de cultura y en la de deportes se utilizan más verbos en el estilo directo (21 y 22, respectivamente); por otro, en la sección de economía hay un claro predominio de variantes en el discurso indirecto (21 frente a 13). Por último, en *El Periódico de Catalunya* es deportes el área que llama la atención: en el estilo directo se utilizan 24 de las formas verbales estudiadas, mientras que en el indirecto solo 18.

Las cifras de los periódicos especializados manifiestan dos cuestiones: en primer lugar, que en los periódicos económicos la diferencia en el uso de verbos entre estilo directo e indirecto es mínima, aunque hay más variedad en el estilo indirecto (23-25 en *Cinco Días* y 24-26 en *Expansión*) y, en segundo lugar, que en dos de los periódicos

deportivos (*Marca* y *Sport*), hay más variedad de verbos en el estilo directo: en *Marca*, 29 (ED) frente a 24 (EI) y en *Sport* 26 (ED) frente a 25 (EI).

**Tabla 103.** Variedad léxica en el uso de los verbos de comunicación en ED y EI por medios generalistas y secciones

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>La Razón</i>		<i>ABC</i>		<i>El Periódico</i>	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<b>Cultura</b>	21	21	21	19	17	20	21	18	16	16
<b>Deportes</b>	22	23	21	25	19	18	22	19	24	18
<b>Economía</b>	16	23	18	24	15	20	13	21	18	19
<b>Política</b>	29	28	27	28	27	27	28	28	29	29
<b>Sociedad</b>	23	25	16	12	23	21	22	23	23	24

**Tabla 104.** Variedad léxica en el uso de los verbos de comunicación en ED y EI por medios especializados

<i>Cinco Días</i>		<i>Expansión</i>		<i>As</i>		<i>Marca</i>		<i>Sport</i>	
ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
23	25	24	26	20	24	29	24	26	25

**Tabla 105.** Frecuencia absoluta verbos de proceso verbal por medio generalista y estilo (ED-EI)

	<i>EL PAÍS</i>		<i>EL MUNDO</i>		<i>ABC</i>		<i>LA RAZÓN</i>		<i>EL PERIÓDICO</i>	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<i>aclarar</i>	18	32	10	29	9	28	11	15	9	20
<i>advertir</i>	68	76	34	75	31	64	28	40	32	71
<i>afirmar</i>	180	152	104	99	82	124	105	87	161	131
<i>anunciar</i>	16	101	9	77	9	58	9	77	11	68
<i>apuntar</i>	84	54	34	45	23	25	34	36	35	39
<i>asegurar</i>	155	315	121	230	75	228	153	267	96	213
<i>confesar</i>	14	15	20	9	12	18	14	11	13	6
<i>confirmar</i>	3	45	13	57	6	49	4	34	5	41
<i>contar</i>	85	41	34	20	18	27	26	17	16	13
<i>contestar</i>	11	4	9	6	12	4	14	2	6	1
<i>decir</i>	525	288	337	232	186	205	289	193	336	128
<i>declarar</i>	56	24	31	33	40	14	30	30	39	18
<i>discutir</i>	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1
<i>exclamar</i>	5	0	2	0	6	0	2	0	3	0
<i>explicar</i>	286	159	191	89	141	112	144	102	195	109
<i>expresar</i>	9	0	5	4	6	4	8	1	2	1
<i>informar</i>	11	34	12	18	9	19	22	25	5	18
<i>insistir</i>	38	62	43	69	18	62	24	63	17	49
<i>manifestar</i>	8	22	7	9	12	20	15	8	5	4
<i>matizar</i>	9	7	8	9	10	4	7	8	6	6
<i>negar</i>	4	34	6	26	0	19	0	18	1	28
<i>plantear</i>	7	15	6	3	2	6	9	6	4	5
<i>precisar</i>	8	28	8	9	6	19	19	8	13	19
<i>reclamar</i>	10	20	8	15	4	8	8	5	6	25
<i>reconocer</i>	37	81	33	64	21	70	20	65	13	64
<i>reiterar</i>	2	12	5	12	4	6	7	15	4	18
<i>relatar</i>	34	10	19	8	11	8	9	8	18	14
<i>replicar</i>	3	1	4	4	1	1	1	1	9	7
<i>responder</i>	38	14	30	17	17	16	16	10	17	11



<i>señalar</i>	181	133	100	95	74	91	49	89	73	68
<b>TOTAL FA</b>	<b>1.905</b>	<b>1.780</b>	<b>1.244</b>	<b>1.364</b>	<b>845</b>	<b>1.310</b>	<b>1.077</b>	<b>1.241</b>	<b>1.150</b>	<b>1.196</b>

**Tabla 106.** Frecuencia absoluta verbos de proceso verbal por medio especializado y estilo (ED-EI)

	<b>AS</b>		<b>SPORT</b>		<b>MARCA</b>		<b>CINCO DÍAS</b>		<b>EXPANSIÓN</b>	
	<b>ED</b>	<b>EI</b>	<b>ED</b>	<b>EI</b>	<b>ED</b>	<b>EI</b>	<b>ED</b>	<b>EI</b>	<b>ED</b>	<b>EI</b>
<i>aclarar</i>	6	4	4	22	11	11	5	18	1	10
<i>advertir</i>	4	4	12	20	28	17	16	48	18	41
<i>afirmar</i>	30	19	30	34	148	39	66	61	68	66
<i>anunciar</i>	2	20	4	31	5	31	4	41	1	48
<i>apuntar</i>	14	8	37	46	108	13	47	54	42	51
<i>asegurar</i>	38	38	57	126	209	157	46	133	107	186
<i>confesar</i>	5	3	20	12	33	15	0	0	1	1
<i>confirmar</i>	3	14	8	44	10	48	2	14	3	17
<i>contar</i>	7	3	3	0	19	4	1	2	4	9
<i>contestar</i>	0	0	4	3	6	0	1	1	1	0
<i>decir</i>	120	52	157	85	367	115	64	48	101	67
<i>declarar</i>	10	6	19	10	56	8	9	6	4	7
<i>discutir</i>	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	32	10	100	60	218	59	64	94	90	76
<i>expresar</i>	0	0	4	2	20	0	1	0	0	0
<i>informar</i>	2	8	2	6	1	9	1	9	6	5
<i>insistir</i>	2	4	11	30	38	42	11	23	4	15
<i>manifestar</i>	0	1	11	6	16	6	2	7	0	1
<i>matizar</i>	0	2	1	1	3	3	6	9	3	8
<i>negar</i>	0	4	0	4	1	5	0	3	1	9
<i>plantear</i>	0	1	2	4	2	2	0	4	1	2
<i>precisar</i>	1	1	4	2	1	0	6	24	0	5
<i>reclamar</i>	0	1	0	4	1	0	2	15	3	9
<i>reconocer</i>	7	16	12	77	90	136	9	46	4	40
<i>reiterar</i>	1	0	3	7	4	10	1	6	3	5
<i>relatar</i>	2	2	2	0	10	1	2	1	2	1
<i>replicar</i>	0	0	1	0	3	0	0	0	0	0
<i>responder</i>	3	0	3	1	10	3	0	2	4	3
<i>señalar</i>	5	7	48	40	141	25	75	111	73	140
<b>TOTAL FA</b>	<b>294</b>	<b>229</b>	<b>559</b>	<b>677</b>	<b>1.562</b>	<b>760</b>	<b>441</b>	<b>780</b>	<b>545</b>	<b>823</b>

Pero ¿qué ocurre en la nómina de verbos de nuestro análisis? Tras el análisis de los verbos, podemos afirmar que la elección de unos verbos u otros depende de la forma de introducir la cita y que existe más modalización en el discurso indirecto, pues el periodista introduce el acto de habla del interlocutor con verbos que implican una calificación de ese acto verbal:

Al igual que las palabras pronunciadas por cada hablante cuentan con distinta intencionalidad, las citas de las voces de otros denotan también determinado grado de subjetividad. En primer lugar, porque en un discurso propio aparece el discurso ajeno, probablemente interpretado y buscando vivacidad,

dramatismo, veracidad o autenticidad, autoridad u orientación argumentativa. En segundo lugar, se presenta a partir de un verbo anunciador de la cita, que indica precisamente el acto de habla que se le asigna: espetar, criticar, gritar, amenazar, preguntar, afirmar, replicar, insistir... Por eso es interesante observar que, aunque las palabras sean las mismas, la intención que se les adjudica puede variar (Pérez Curiel, 2005: 95).

En la comparativa entre medios generalistas (Tabla 105), podemos ver, en una inicial visión global, que en casi la totalidad de los verbos estudiados se produce una tendencia que se repite en todos los medios generalistas, esto es, unos son más utilizados para introducir citas directas, mientras que otros se prefieren para el discurso reportado. Entre los primeros, destacan los siguientes: *afirmar, contar, contestar, decir, declarar, exclamar, explicar, expresar, relatar, replicar* y *responder*; en el discurso narrativizado se prefieren otros: *aclamar, advertir, anunciar, apuntar, asegurar, confirmar, discutir, informar, insistir, manifestar, negar, precisar, reclamar, reconocer* y *reiterar*, verbos con una carga connotativa evidente. Quedan en tierra de nadie verbos como *confesar, matizar, plantear* y *señalar*, cuyo análisis no ha arrojado datos concluyentes, pues no hay unanimidad en su uso respecto al estilo directo o indirecto, como veremos de forma pormenorizada en las páginas que siguen.

En cuanto a los periódicos especializados (Tabla 106), los datos no son tan coincidentes. Sin embargo, sí son interesantes las conclusiones que se extraen de los verbos del análisis, en cuanto a su frecuencia, su contexto temático y la elección por parte del periodista, pues «la selección del verbo *dicendi* actúa como orientador de la cita, de modo que se convierte en marco cognitivo inmediato desde el que se interpreta el sentido de las palabras aportadas» (Vellón, 2013a: 125).

#### 5.2.1.1. La forma verbal neutra: *decir*

Si observamos por modelos de prensa, el *verba dicendi* más empleado como introductor de discurso directo es *decir*. Resalta especialmente en los medios generalistas, con una FN de 80 casos por cada 100.000 palabras de texto, frente a 56 en los medios deportivos y 38 en los económicos. Está claro que en estos últimos se prefieren otros verbos con significados más precisos.

Tabla 107. Verbo *decir*

VERBO	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>decir</i>			
ED	1673	644	165
EI	1046	252	115
% total de verbos	21	22	11
FN: N/100.000	80	56	38

Este verbo se usa más para el estilo directo; de hecho, esta forma de introducir declaraciones representa un 59% en los económicos, un 72% en los deportivos y un 62% en los generalistas. Sin embargo, también es frecuente para introducir el estilo indirecto. De hecho, en *ABC* las frecuencias absolutas así lo demuestran (Tabla 105): 205 ocurrencias en EI frente a 186 en ED. En los demás periódicos, los números del ED suponen un incremento notable con respecto a las cifras del EI: *El País* (525-288); *El Mundo* (337-232); *La Razón* (289-193) y *El Periódico* (336-128). En porcentajes, en *El País*, representa el 27,5 % del total de verbos que introducen ED; en *El Mundo*, el 27,1%; en *ABC*, el 22,01%; en *La Razón*, el 26,8% y en *El Periódico*, el 29,2%. Respecto a su uso en EI, los porcentajes son menos llamativos: en algunos medios, siguen siendo altos; en otros, es patente la elección de otras formas verbales, entre otras razones, debido «al artificio literario» y «a la huida de la monotonía narrativa y de la repetición constante de la misma fórmula» (Estévez, 2016: 46): *El País* (16,2%); *El Mundo* (17%); *ABC* y *La Razón* (15,6%); *El Periódico* (10,7%). Son interesantes los datos de esta última cabecera, pues casi un tercio de los verbos *dicendi* (la cifra más alta, en comparación con las otras cabeceras) lo ocupa *decir* en ED; sin embargo, en EI, la cifra apenas llega al 11%, siendo la más baja de todos los medios generalistas. Queda claro que, para introducir el discurso reportado, *El Periódico de Catalunya* opta por otras formas verbales.

Estas cifras, junto al estilo directo, convierten al verbo *decir* en la variante categórica de la imparcialidad que pretenden transmitir los medios de comunicación, pues no aporta ningún matiz subjetivo al acto lingüístico de la fuente informativa, a pesar de que las declaraciones –o el texto colindante– puedan incorporar léxico valorativo. De este modo, esas «huellas subjetivas» (Vellón, 2013a: 124) de la ideología del medio pasan desapercibidas con el uso del neutro *decir*:

- (224) Aseguraban no ser militares, sino simples ciudadanos y llevan la cinta de San Jorge (que se ha convertido en un símbolo del patriotismo ruso en los últimos años) prendida a la solapa. “No queremos que vengan aquí esos descerebrados que han provocado tanta violencia en Kiev”, **dice** uno de ellos. (Pilar Bonet: «La tensión militar se dispara en Crimea», *El País*, 01-03-14, 2).
- (225) Rehn, que se mostró preocupado por el elevado nivel de deuda, el bajo crecimiento y la pérdida de competitividad de la tercera economía de la moneda única, recalcó que las reformas solicitadas en los últimos años no pueden seguir aplazándose. «En Italia, la persistentemente elevada deuda pública supone una pesada carga para la economía y es también una grave preocupación por sus efectos negativos para el resto de la eurozona», **dijo** en rueda de prensa. (C. Herrero, « Bruselas pide medidas «urgentes» a Italia, el nuevo enfermo europeo», *La Razón*, 06-03-14, 30).
- (226) Xavi Pascual optó ayer por un mensaje de calma. «Lo único que nos importa es este encuentro. Y si ganamos tendremos que seguir pensando partido a partido», **dijo** el técnico. (Raúl Paniagua, «El Barça visita al Baskonia con el objetivo de seguir invicto», *El Periódico de Catalunya*, 20-02-14, 41).

Si observamos los datos obtenidos por medio y sección, es destacable que, en todas las cabeceras excepto en una, en ED la sección de economía es la que hace un menor uso de este verbo: *El País* (22,2%), *El Periódico* (19,5%), *ABC* (18%) y *El Mundo* (17,8%). En *La Razón*, la temática que utiliza en menor medida esta forma neutra es la social, con un 15,7%. En el lado opuesto, se produce una tendencia similar: es la sección deportiva la que manifiesta una clara preferencia por este verbo, en tres cabeceras, *La Razón* (41,4%), *El Periódico* (36,4%) y *El País* (36,1%). En *El Mundo* es la sección de contenido político la que cuenta con un mayor uso (31,1%), seguida de cerca por las noticias deportivas (30%), mientras que en *ABC* es el área cultural la que presenta el mayor porcentaje (un 28%). Así pues, la sección de política también obtiene cifras significativas, pues excepto en *El Mundo* que está a la cabeza, en el resto de medios ocupa la segunda posición, en este orden: *El Periódico* (34,2%), *La Razón* (28,4%), *El País* (27,5%), *ABC* (22,7%). Es llamativo el elevado porcentaje en la cabecera catalana, en comparación con los otros medios generalistas.

En el caso del EI, todos los diarios coinciden en cuanto a la sección que obtiene los menores porcentajes: economía. Así, por orden, los datos son: *ABC* (4,7%), *La Razón* (5,4%), *El Mundo* (8,9%), *El Periódico* (10,4%), *El País* (12,3%). En *El Periódico* se produce otro resultado que invita a reflexión. Junto a la sección de temática económica, la política obtiene el mismo resultado en cuanto al limitado uso de este verbo. Solo un 10% de las estructuras de estilo indirecto analizadas tienen como verbo introductor *decir*. A esto, se suma que, de todas las cabeceras analizadas, es la sección política de este medio la que supone el menor porcentaje de *decir*, pues en las demás los datos son significativamente mayores: *La Razón* (16,5%), *El País* (15,3%), *El Mundo* (15,1%), *ABC* (13,8%). De nuevo, y en

contraste con lo que ocurre en el ED, corroboramos la preferencia por otras formas verbales en el medio catalán para introducir el discurso indirecto. Esto hace patente que hay una clara voluntad por orientar la forma de contar la información política y por seleccionar formas estilísticamente más marcadas.

Por otro lado, en EI son las secciones de deportes y cultura, según medios, las que presentan el mayor número de estructuras con el verbo *decir*. Así, en *El Periódico* y *ABC* las informaciones deportivas obtienen las mayores cifras de uso, con un 15,2% y un 35,6%, respectivamente. Sin embargo, en *El País*, *La Razón* y *El Mundo*, es cultura la que muestra los porcentajes más altos, con un 23,7%, un 26,4% y un 32,6%, respectivamente.

Con estos datos, se llega a otra conclusión parcial: la sección de economía destaca por ser la que menos utiliza el verbo neutro tanto para ED como para EI, mientras que deportes se posiciona en el polo opuesto. El contenido es, pues, determinante en la elección de los verbos de lengua: usar la forma neutra *decir* no solo favorece la imparcialidad por parte del periodista a la hora de introducir un discurso de la fuente exento de valoraciones propias, sino que, además, posibilita que el mensaje de la fuente llegue al lector de forma sencilla, sin implicaturas ni inferencias cognitivas. Esto contribuye a que el lenguaje sea más simple y más directo. Precisamente, el estilo de las noticias deportivas, según hemos visto en los anteriores capítulos, va en esta línea. Por otro lado, en las informaciones políticas prevalece el uso de *decir* solo cuando las citas de los representantes públicos son literales; sin embargo, en el discurso reproducido se prefieren otros verbos, pues este tipo de discurso ofrece una mayor libertad expresiva al periodista, que aboga por acudir al bagaje sinonímico para buscar otras opciones: «la sustitución de *decir* por otros verbos de transferencia de información, además de poseer el mismo significado, implica más precisión por parte del hablante» (Repede, 2014: 159). Esta precisión se traduce en el uso de otros verbos que implican una modalización subyacente, como veremos a continuación. Esta interpretación se puede extrapolar a los resultados de los medios especializados en economía y deportes, pues los datos obtenidos siguen la misma tónica que los datos de las áreas temáticas.

Así pues, en los medios especializados en deportes, el verbo *decir* es predominante para introducir ED. Destaca, en especial, en *As*, por su mayor porcentaje de uso de la forma *decir* para introducir ED (40,8%) frente a EI (22,7%). En los medios económicos, los

porcentajes son inferiores: en *Cinco Días*, el 14,5% de las estructuras de ED están introducidas por *decir*, mientras que en EI solo suponen un 6,2%. En *Expansión*, el porcentaje es del 18,5% en ED y del 8,1% en EI. En FN por 100.000 palabras, podemos ver que, para el estilo directo, el uso de *decir* es superior en los medios deportivos: *Marca* (42), *As* (39) y *Sport* (38), frente a *Expansión* (24) y *Cinco Días* (20). Sin embargo, no hay diferencias significativas en las estructuras de estilo indirecto, pues las FN son similares: *Sport* (20), *As* (17) y *Marca* (13), *Expansión* (16) y *Cinco Días* (15).

5.2.1.2. 'Decir' + 'expresar una idea u opinión': *explicar*, *aclarar*, *anunciar*, *declarar*, *informar*, *expresar*, *manifestar*

Verbos como *aclarar*, *anunciar*, *declarar*, *explicar*, *expresar*, *informar* y *manifestar* son verbos declarativos muy empleados en la prensa escrita. Cercanos semánticamente están los verbos *explicar* y *aclarar*. *Explicar*, según el DRAE (en línea), es «declarar o exponer cualquier materia, doctrina o texto difícil, con palabras muy claras para hacerlos más perceptibles», mientras que *aclarar* es «explicar algo, hacerlo fácil de comprender». Ambas formas verbales se relacionan con el rasgo expositivo o explicativo de la noticia, pues, como señala Lorente (2002: en línea), los verbos ejercen varias funciones en los textos: unas funciones están ligadas a la competencia pragmática, pues se relacionan con la finalidad del acto de habla, con la tipología textual o con el estilo de géneros discursivos; otras tienen que ver con la transmisión de información y el conocimiento de la especialidad que tiene el emisor.

Tabla 108. Verbos *aclarar* y *explicar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>aclarar</i>			
ED	57	21	6
EI	124	37	28
<b>% total de verbos</b>	1,4	1,4	1,3
<b>FN: N/100.000</b>	5,3	3,6	4,6
<i>explicar</i>			
ED	957	350	154
EI	571	129	170
<b>% total de verbos</b>	12	12	13
<b>FN: N/100.000</b>	45	30	44

La forma *explicar* es bastante frecuente, según las cifras obtenidas. De hecho, resalta su FN en los periódicos generalistas (45) y en los especializados en economía (44),

aunque su aparición en los medios deportivos no es menor (FN de 30). En los medios de corte generalista y en los deportivos, su uso está más extendido en la cita directa, mientras que en los económicos la cifra del estilo indirecto es ligeramente superior. Así, de los medios deportivos, *Marca* y *Sport* obtienen las frecuencias más altas, con 25 y 24 casos, respectivamente. En los económicos, es *Expansión* el que resalta en estilo indirecto, con una FN de 30 casos por 100.000. En cuanto a los porcentajes sobre el total de verbos empleados en ED, en los medios de información general, son los siguientes: *El País*, 15%; *El Mundo*, 15,3%; *ABC*, 16,7%; *La Razón*, 13,3% y *El Periódico*, 16,9%. En EI, los porcentajes son menores, pero, aun así, es un verbo de los más usados: *El País*, 8,9%; *El Mundo*, 6,5%; *ABC*, 8,5%; *La Razón*, 8,2% y *El Periódico*, 9,1%.

En lo que afecta al discurso directo, estilo que, por los datos, es el predilecto para este verbo, se observan diferencias en su uso según el contexto temático. Los contenidos de corte cultural y social ocupan las primeras posiciones en el uso de esta forma verbal. Así, en *ABC* y *La Razón*, con un 25,9% y un 20,1%, respectivamente, la sección de sociedad es la que recoge más estructuras de cita directa con este verbo, mientras que en *El Mundo*, *El País* y *El Periódico* es en cultura donde se hallan los datos más significativos, con estos porcentajes: 29,5%, 24,9% y 23,7%, en orden. Estos números convierten al verbo *explicar* en la forma predilecta en estas dos secciones, frente a las otras alternativas e, incluso, frente a *decir*, como se puede ver en la Tabla 105, reflejando una doble interpretación: el uso de este verbo está justificado por las largas –o cortas, pero numerosas– intervenciones de la fuente. En cultura, estas se deben a que la fuente principal es, muchas veces, la protagonista de la noticia; en sociedad, la razón está en temáticas como tribunales o salud, que exigen análisis, interpretaciones o explicaciones más o menos amplias por parte de las fuentes:

(227) «Terminé bastante desencantado con la profesión. Desgraciadamente nunca conseguí lo que pude haber logrado como torero. Cuando lo tenía todo al alcance de la mano, pasé a la sombra y todo se acabó. Pero este cómic me rejuvenece, hace que me sienta otra vez enfundado en un capote de paseo en un patio de cuadrillas y me otorga un éxito que jamás pensé que llegara en este momento de mi vida», **explica** emocionado a EL MUNDO Lorenzo Pascual desde la paz de su casa de Belver de los Montes. (Lucas Pérez, «El torero que alcanzó la gloria a los 92 años», *El Mundo*, 01-03-14, 47).

(228) «Hemos conocido más sobre los personajes, cuál es su historia pasada, de dónde vienen... En cada capítulo ha habido algún protagonista y hemos conocido más sobre ellos», **explica** Norman Reedus antes de que la periodista intente, de nuevo, averiguar algo más sobre lo que vendrá en lo que queda de temporada: “¡No puedo contar nada! Me podrían convertir en un zombi si te digo algo”. (Natalia Marcos, «Unos zombis abonados al éxito», *El País*, 06-03-14, 53).

- (229) Sentada en uno de los sofás del Círculo de Bellas Artes reflexiona sobre este cambio de paradigma. “Hoy las orquestas ya no programan igual sus temporadas: la gente viaja mucho, decide en el último minuto... Hay que empaquetar las cosas de forma distinta. Muchos no lo querrán. El respeto por la música muchas veces te impone ese conservadurismo. Pero hay que saber escuchar al mundo. La música clásica no es conservadora y no hay que entender para disfrutarla. Te puedes dejar llevar y envolver por la música. Si hay obras que han perdurado tantos siglos es porque estremecen, emocionan, te llevan a descubrir cosas en ti mismo que no podrías descubrir de otra manera. La música es algo que te envuelve incluso físicamente, las ondas sonoras palpan tu cuerpo. Yo siento que se mete dentro de mí”, **explica** elocuentemente. (Daniel Verdú, «El violín como preciada extremidad», *El País*, 05-03-14, 39).
- (230) Tos, fatiga y dificultad respiratoria fueron los síntomas que llevaron al equipo médico a someterle a una radiografía, un TAC y una broncoscopia, que revelaron la presencia de lípidos en los pulmones, derivada del abuso del cigarrillo electrónico. «Al fumar este producto se genera un vapor en el que están presentes sustancias volátiles, entre ellas nicotina y, especialmente, glicerol que, al inhalarlo, se va depositando en el pulmón y puede producir efectos irritativos y neumonía, como en este caso», **explica** Carmen Montero, jefa de la Unidad de Broncología del CHUAC. (Jorge Pan, «Diagnostican la primera neumonía por usar cigarrillos electrónicos», *ABC*, 14-03-14, 40).
- (231) Los investigadores están convencidos de que dice la verdad, pero las cámaras lo desmienten. A esa hora, Rosario ya iba con su hija camino de Montouto. «Hay que tener en cuenta que se puede establecer la hora del avistamiento por parte de la testigo en función de un ticket de compra», **explican** fuentes del juzgado. (Nacho Abad, «Asunta Bastera no fue drogada durante su última comida», *La Razón*, 02-03-14, 59).

Respecto a la temática que menos usa esta forma verbal, hay casi unanimidad: las noticias políticas son las menos favorecidas prácticamente en todos los medios generalistas; en *El Periódico*, con un 13%; en *El País*, con un 10,9%; y en *ABC*, con un 10,7%. En *El Mundo* y *La Razón*, los resultados de política van de la mano de los de economía, pues en el primero tanto política como economía recogen un 10% de ocurrencias de *explicar*, mientras que en el segundo son muy similares las cifras entre ambas secciones: 9,9% (economía) y 10% (política). A este respecto, hemos visto en anteriores capítulos que el periodista reformula, mediante el uso de conectores, para hacer más comprensible el contenido de las noticias económicas; sin embargo, para hacer referencia a palabras exactas de las fuentes, prefiere otros verbos más acordes con el tipo de contenido que se suele consultar a una fuente económica: los datos numéricos.

Los resultados de *aclarar* siguen la misma línea que los de *explicar*, aunque se trata de un verbo poco habitual en el lenguaje periodístico, en comparación con *explicar*, pues el porcentaje de uso con respecto al total de verbos de lengua no llega al 2% en ninguno de los tres modelos. Asimismo, las FN también son moderadas: 5,3 (generalistas); 3,6 (deportivos) y 4,6 (económicos). En los tres modelos de prensa, su uso es mayor para introducir estilo indirecto. Así, su uso destaca en *Cinco Días* (FN de 6 casos) y *Sport* (FN de 5



casos por 100.000). Los datos más claros los observamos en el discurso directo de los periódicos de información general, pues en *ABC* y *La Razón*, con un 1,5% y un 3,1%, respectivamente, es la sección de sociedad la que predomina en estos dos medios, mientras que en *El Mundo*, *El País* y *El Periódico* cultura ofrece los datos más reveladores, con estos porcentajes: 2,4%, 2,6% y 1,5%, respectivamente. Sin embargo, los porcentajes del EI, el que parece ser el predilecto para este verbo según los resultados, no han arrojado unos resultados tan parejos. En tres cabeceras (*El Mundo*, *El Periódico* y *La Razón*) este verbo es habitual para introducir discurso indirecto de las noticias deportivas; en *El País*, los datos favorecen a la sección de economía y en *ABC* es la temática cultural la que obtiene un porcentaje mayor (3,2%). En cambio, sí queda patente, como norma en todas las cabeceras, que la información política no es un discurso habitual para este verbo.

Con respecto a *anunciar*, *informar* y *declarar*, los tres verbos implican la expresión de palabras de forma pública, por tanto, se trata de verbos muy vinculados a la función periodística. Según los datos globales de la Tabla 109, *anunciar* («dar noticia o aviso de algo; publicar, proclamar, hacer saber», *DRAE*) e *informar* («enterar o dar noticia de algo», según el diccionario de la RAE) introducen más frecuentemente discurso indirecto, mientras que *declarar* («manifestar, hacer público», *DRAE*) se usa más en ED. De los tres verbos, el más usado en prensa es *anunciar*.

*Anunciar* lleva implícita en su significado la novedad, uno de los valores que rigen la noticiabilidad de una información. Este rasgo, sin embargo, no lo encontramos en los verbos *informar* y *declarar*. No obstante, también «puede indicar una orientación ilocutiva de amenaza cuando se ponen en relación los discursos referidos con los contextos que se suponen conflictivos, de forma que las consecuencias de lo dicho se valoran negativamente para el destinatario» (Repede, 2014: 352):

(232) Otro dato importante es que el Gobierno **ha anunciado** que la edad media de jubilación en España se ha situado en los 64,3 años, un año más que en 2012, por encima de la media europea. (Francisco Núñez, «La esperanza de vida se estabiliza en 82 años», *El Mundo*, 08-03-14, 28).

(233) Las cuentas empresariales publicadas hasta la fecha no han logrado ser motores para la Bolsa. La mayor caída del día la protagonizó FCC, que perdió 1.506,3 millones de euros el año pasado y **anunció** que no pagará dividendo hasta que su situación financiera esté normalizada. (Alberto Roa, «El Ibex sube un 1,96% en febrero», *Cinco Días*, 01-03-14, 20).

El modelo periodístico con los datos más bajos es el deportivo, con una FN de 6, mientras que los medios de información general y los económicos doblan esta cifra, con

una FN de 13 casos por cada 100.000 palabras en ambos modelos. El porcentaje más alto con respecto al total de verbos de lengua lo obtienen los especializados en economía, con un 3,6%. Así, de los medios deportivos, el que obtiene las cifras más altas es *Sport*, con una FN de 7 casos, mientras que en los económicos, resaltan los 13 casos de *Cinco Días*, cifra cercana a la obtenida por *Expansión* (11).

En las cabeceras generalistas, también es el área económica la que recoge más usos de este verbo en tres medios: en *El Mundo*, representa un porcentaje del 6,3% con respecto al total de verbos usados en esta sección; en *La Razón*, su uso es mayor: un 11,3%; y en *El Periódico de Catalunya*, igualmente es la sección financiera la que obtiene los resultados más altos, con un 8,6% de ocurrencias.

Los casos obtenidos de *informar* en el corpus de estudio manifiestan dos rasgos de este verbo: su uso es mayoritario en las publicaciones generalistas (FN de 5 casos por 100.000) y se prefiere para presentar discurso indirecto en los tres modelos de prensa analizados, con porcentajes que superan el 65%. De entre los medios especializados, destacan *As* y *Cinco Días*, con una FN de 3 casos en ambos medios. Por áreas temáticas, los datos favorecen a la sección de política en tres de las cinco cabeceras estudiadas: *El País* (3,1%), *La Razón* (2,6%) y *El Periódico* (2,2%). En *El Mundo* y en *ABC* es la sección de deportes la que recopila el mayor uso de esta forma verbal, con un 1,8% y un 1,7%, respectivamente. No obstante, cabe precisar que los porcentajes obtenidos por la sección de política difieren por la mínima a los de la sección de deportes, con un 1,5% en *El Mundo* y un 1,6%, en *ABC*. Por tanto, se puede afirmar que el discurso de la información política se sirve de este verbo que está cercano a *decir* en cuanto a su neutralidad. Así, el periodista pretende aportar una imagen de imparcialidad a la información que transmite su fuente, en la línea de la retórica de la objetividad y con el fin de encubrir la modalización patente en esta sección que, como ya hemos comentado, es una de las difusoras de la línea ideológica del medio:

(234) Peskov también **informó** de que Putin considera la posibilidad de revocar al embajador en Estados Unidos en respuesta al aviso del presidente estadounidense, Barack Obama, quien la víspera había advertido de que una intervención en Ucrania «tendrá costes». (Lev Ganin, «Putin ya puede invadir Ucrania», *El Periódico de Catalunya*, 02-03-14, 2).

(235) Tanto Putin como Van Rompuy debatieron sobre la situación financiera así como sobre la seguridad en Ucrania. Además, el Kremlin **informó** de que el mandatario ruso abordó la crisis en su país vecino con la canciller alemana, Angela Merkel, y el «premier» británico, David Cameron. (Marta Torres, «Obama: “La intervención militar tendrá un precio”», *La Razón*, 01-03-14, 22).

- (236) Moscú también ha decidido preparar su arma gasística. El presidente ejecutivo del monopolio Gazprom, Alexéi Miller, **informó** de que Naftogaz, la compañía ucraniana, no había pagado los suministros de febrero, con lo que su deuda ha aumentado ya a cerca de 1.400 millones de euros. (Rodrigo Fernández, «El Parlamento de Rusia abre los brazos a la incorporación de Crimea», *El País*, 08-03-14, 4).

Una segunda función de este verbo viene determinada por la inclusión de informaciones de agencia, de otros medios de comunicación o de otros periodistas en noticias firmadas. De esta forma, presenta la cita de una fuente secundaria cumpliendo la función básica de dar la noticia:

- (237) Por su parte, el líder de la oposición, Henrique Capriles, reiteró su voluntad de dialogar con el Gobierno de Maduro para resolver la crisis política que vive Venezuela desde el pasado 12 de febrero, pero «sin mentiras». «Siempre estaremos dispuestos a dialogar, por encima de cualquier interés político está nuestra Venezuela, pero sin mentiras», escribió ayer en su cuenta oficial de la red social Twitter, **informa** Ep. (L. Vinogradoff, «Movilización permanente de la oposición en Venezuela», *ABC*, 02-03-14, 52).
- (238) El presidente interino de Ucrania, Oleksander Turchinov, dijo ayer que el Parlamento de Kiev va a comenzar el procedimiento para disolver la Cámara regional de Crimea y bloquear la consulta que ha convocado, **informó** Reuters. (Pilar Bonet, «Crimea quiere ser una provincia rusa», *El País*, 07-03-14, 2).
- (239) El secretario de Estado, John Kerry, pidió a Putin que sea «muy cuidadoso» en sus juicios sobre Ucrania y respete la integridad territorial del país. «Esto no es Rocky IV», dijo Kerry en referencia a la película de 1985 de Sylvester Stallone en la que el protagonista, Rocky Balboa, se enfrenta al boxeador estrella de la Unión Soviética. «Lo último que necesitamos ahora es un viejo enfrentamiento al estilo de la Guerra Fría», dijo a la cadena MSNBC, **informa** María Ramírez desde Nueva York. (Xavier Colás, «Putin saca músculo para alertar a Kiev», *El Mundo*, 27-02-14, 22).

En lo que respecta a *declarar*, las cifras son llamativas en los periódicos generalistas (FN de 9) y en los especializados en deportes (7), mientras que los económicos recogen menos casos (FN de 3,5). En este verbo, los datos señalan que se prefiere para introducir discurso directo tanto en los deportivos como en los generalistas, mientras que se usa a proporciones iguales en los especializados en economía. Así, entre los medios deportivos, destaca su uso en *Marca* con una FN de 6 casos. Por su parte, en los económicos, es mayor su uso en *Cinco Días* (FN de 5 frente a 3 en *Expansión*). Por áreas temáticas, en los generalistas se produce un resultado similar al del verbo *informar*. En tres de las cinco cabeceras destaca su uso en la sección de política: *ABC* (7,9%), *La Razón* (4,3%) y *El Periódico* (4,5%), mientras que en *El País* y *El Mundo* destaca la información económica, con un 3,7% y un 5,6%, respectivamente. En este sentido, se trata de una forma verbal con una limitada orientación modalizadora y que contribuye a interpretar el sentido de las palabras emitidas por la fuente sin connotaciones subjetivas:

- (240) Según el ministro del Interior, la Policía ucraniana no cuenta con fuerzas para hacer frente a la situación y tendrá que ser el Consejo de Seguridad Nacional y Defensa de Ucrania el que decida qué medidas adoptar en adelante. El responsable de este nuevo órgano, Andréi Parubi, antiguo jefe del servicio de orden del Maidan, **declaró**: «Estamos estudiando la posibilidad de decretar el estado de emergencia». (Rafael M. Mañueco, «Rusia despliega paramilitares para controlar Crimea», *ABC*, 01-03-14, 28).
- (241) Al día siguiente, tras hacerse oficial la muerte del joven, su madre **declaró**: «No es Dios quien se ha llevado a mi hijo, es el primer ministro Erdogan». Alrededor de un millar de personas se congregaron entonces a las puertas del hospital en señal de duelo, y de nuevo fueron víctimas del gas. (Nando Salva, «Funeral masivo contra Erdogan», *El Periódico de Catalunya*, 13-03-14, 12).
- (242) Todos los sondeos recientes vaticinan su derrota (47%), pero NKM no se da por vencida. «Hay verdadera decepción respecto al balance socialista», **declaraba** estos días la conservadora, que aún cree en poder reconquistar la capital que la derecha perdió en 2001. (Álvaro del Río, «Duelo entre una gaditana y la protegida de “Sarko” en París», *La Razón*, 19-03-14, 33).

Tabla 109. Verbos *informar*, *anunciar* y *declarar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>informar</i>			
ED	59	5	7
EI	114	23	14
<b>% total de verbos</b>	1,3	0,7	0,8
<b>FN: N/100.000</b>	5	2	3
<i>anunciar</i>			
ED	54	11	5
EI	381	82	89
<b>% total de verbos</b>	3,3	2,3	3,6
<b>FN: N/100.000</b>	13	6	13
<i>declarar</i>			
ED	196	85	13
EI	119	24	13
<b>% total de verbos</b>	2,4	2,7	1
<b>FN: N/100.000</b>	9	7	3,5

En cuanto a *expresar* y *manifestar*, se trata de verbos que tienen que ver con dar a entender o dar a conocer por medio de palabras. En primer lugar, las ocurrencias obtenidas con el verbo *expresar*, cuyo significado está vinculado a los pensamientos, los sentimientos y las opiniones, demuestran que se trata de un verbo poco usado en el lenguaje periodístico, sobre todo en los medios de comunicación especializados en economía, en cuyo corpus solo se ha registrado un caso. Sin embargo, los medios deportivos, con una FN de 1,6, son los que más casos recogen, seguidos de los generalistas, con una FN de 1,2. Aun así, se trata de cifras poco significativas.

Al considerarse un verbo que establece una relación entre el hablante y su mensaje, gran parte de las ocurrencias obtenidas encabezan citas directas. En las cifras por áreas

temáticas en las publicaciones de información general, no hay unanimidad en cuanto al tipo de discurso predilecto: en *El País* y *El Mundo* destaca política (1% y 0,6%); en *ABC*, deportes (2%); y en *La Razón* y en *El Periódico de Catalunya*, sociedad (1,9% y 0,5%). Precisamente, en estas dos secciones —deportes y sociedad— tienen cabida las informaciones menos comprometidas, aquellas en las que los periodistas pueden incluir declaraciones de fuentes que muestran sus sentimientos u opiniones más personales, como se puede ver en los ejemplos:

- (243) No fue un tiempo fácil para el entonces obispo de Bilbao, lo que llevó a pensar a muchos que no querría repetir la experiencia. «Es evidente que lo haría encantado », **expresó** Blázquez ante esta posibilidad hace apenas dos días al ser preguntado, dejando claro, eso sí, que «no soy yo quien tengo la palabra, los que votan son los obispos». (J. Beltrán, «Los obispos buscan un presidente al estilo Francisco», *La Razón*, 10-03-14, 48).
- (244) Lo que sí aseguran es que llegará en las mejores condiciones posibles a los últimos tests —del 7 al 9 en Losail (Qatar)— y, por supuesto, al primer Gran Premio, en el que comenzará a defender el título, con permiso de Dani Pedrosa o Jorge Lorenzo, que le mandaron ánimos a través de las redes sociales: «Ánimo, Marc. Estoy seguro de que estarás al 100% en Qatar!», dijo el de Yamaha; «Pronta recuperación. ¡Nos vemos en Qatar!», le **expresó** su compañero de equipo. (Laura Marta, «Marc Márquez se rompe el peroné», *ABC*, 21-02-14, 57).
- (245) «Entregarle la banda presidencial a nuestra querida presidenta electa, Michelle Bachelet, es una alta distinción. Es simbólico que seamos dos mujeres quienes encabezamos esta ceremonia cívica y republicana en nuestro país», **expresó** la senadora Allende. (Jorge Barreno, «Allende 'corona' a Michelle Bachelet como nueva presidenta», *El Mundo*, 12-03-14, 24).

En segundo lugar, en el caso de *manifestar*, las cifras más altas también se observan en la prensa generalista y en la deportiva, aunque en este caso se registran más casos en la primera. Como ocurría con el verbo *expresar*, los periodistas de información económica especializada no suelen utilizar este verbo en sus textos, pues representa un 0,4% con respecto al total de verbos de lengua estudiados. La FN más llamativa es la de las cabeceras generalistas (3 casos por cada 100.000), a la que sigue de cerca la cifra de los medios deportivos (2,5 por cada 100.000 palabras). En cuanto a la preferencia entre EI y ED, en los medios especializados en deportes, su uso es mayoritario para introducir discurso directo, mientras que en los económicos y en los generalistas, se han recogido más casos presentando estilo indirecto. Lo que más llama la atención es que, por secciones en los medios generalistas, en tres cabeceras (*El País*, *El Mundo* y *ABC*) la temática que registra

más casos es la económica, mientras que en las otras dos cabeceras (*La Razón* y *El Periódico*), es la política la que obtiene las cifras más altas<sup>147</sup>.

(246) García **manifestó** que en los últimos años estos aplazamientos se habían disparado (crecieron un 91% entre 2010 y 2011), lo que provocó un alargamiento excesivo de los plazos de cobro y podría esconder supuestamente un fraude. (J. S. G., «Hacienda restringe los aplazamientos en el IRPF 24», *El País*, 12-03-14, 24).

(247) Unos días antes el Ejecutivo también **manifestó** que no tiene intención de suprimir la deducción por la compra de la vivienda. (Francisco Núñez, «El Gobierno se distancia de la reforma fiscal de los ‘sabios’», *El Mundo*, 18-03-14, 30).

El uso de *manifestar* tiene en estas páginas un sentido más neutral que el de *expresar*, pues significa «declarar», «dar a conocer», por lo que no tienen cabida las citas que reproducen sentimientos más personales, algo que, por otra parte, es de lógica en las secciones de economía y política, las dos que resaltan en el empleo de *manifestar*.

En cuanto a los modelos especializados, en los deportivos destaca *Sport*, el medio que hace el mayor uso de este verbo, con una FN de 3 casos por 100.000. En los económicos, es *Cinco Días* el que recoge la FN mayor (2 cada 100.000 palabras).

Tabla 110. Verbos *manifestar* y *expresar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>manifestar</i>			
ED	47	27	2
EI	63	13	8
% total de verbos	0,8	1	0,4
FN: N/100.000	3	2,5	1,4
<i>expresar</i>			
ED	30	24	1
EI	10	2	0
% total de verbos	0,3	0,6	0,04
FN: N/100.000	1,2	1,6	0,1

### 5.2.1.3. ‘Decir’ + ‘afirmación’ o ‘certeza’: afirmar, asegurar, confirmar

El uso de verbos como *afirmar*, *asegurar* y *confirmar* también está estrechamente vinculado a otro de los preceptos básicos de la rutina periodística: la veracidad de la información. Aunque hay una sutil gradación de significados entre estos tres verbos, el elevado número de ocurrencias obtenidas da pie a aseverar que el uso de unos determinados verbos «focaliza la dirección interpretativa de la noticia hacia terrenos más

<sup>147</sup> En *La Razón* la cifra de la sección de política coincide con la de cultura (0,9%).

próximos a la persuasión que a la información» (Vellón: 2013a: 125). De hecho, Escribano (2009: 78), recalca que

la selección de un término –frente a sus posibles alternativas– ya supone una toma de partido, dirigida a persuadir, por parte del enunciador. De este modo, entendemos este concepto de persuasión asociado a una amplia gama de actitudes que van desde convencer de la veracidad de lo que decimos, hasta la búsqueda de acuerdo con los puntos de vista que defendemos.

En este sentido, la elección de estos verbos por parte del periodista implica una intención: convencer al lector de la veracidad y de la certeza de la información y, en consecuencia, de la fiabilidad de sus fuentes –a pesar de que, en ocasiones, estas fuentes sean atribuidas (o, mejor dicho, no atribuidas) con expresiones genéricas como *fuentes cercanas al caso, fuentes próximas a este medio, fuentes informadas...*, práctica que, por otro lado, no está bien vista en los manuales de estilo–.

El verbo elegido como el principal introductor de discurso indirecto en la noticia generalista es *asegurar*: «confirmar o aseverar la realidad o certeza de algo» (DRAE: en línea). Representa el porcentaje más alto en todas las cabeceras: *El País* (17,7%), *El Mundo* (16,8%), *ABC* (17,4%), *La Razón* (21,5%), *El Periódico* (17,8 %):

- (248) Llevar a doblar las series a otra comunidad es una de las opciones que se barajan en Canal+, «pero no es la única», apunta un portavoz de la plataforma, quien **asegura** que, «de momento», no tienen ninguna serie de emisión sin doblar. (Manuel de Luna, «Las teles no tienen quien las doble», *El Periódico de Catalunya*, 19-03-14, 77).
- (249) Zuckerberg **aseguró** que las dos compañías seguirán operando por separado y el servicio será el mismo. «Cambiar la forma de funcionar de WhatsApp sería estúpido», sentenció. (David J. Fernández, «WhatsApp habla», *La Razón*, 25-02-14, 40).
- (250) Respecto al futuro, **aseguró** que volverá a su país «cuando se garantice» su «seguridad» y la de su «familia». Su salida de Ucrania fue amarga. «Dispararon contra mi coche cuando salía de Kiev, íbamos a Jarkov a reunirnos con los representantes principales del Partido de las Regiones». (Xavier Colás, «Yanukovich pide ayuda a Moscú», *El Mundo*, 01-03-14, 1).
- (251) Consciente de las reticencias de algunos miembros para adoptar esta vía extrema, Barroso **aseguró**: «Esperamos que las medidas dirigidas a los responsables de la violencia y del uso excesivo de la fuerza puedan ser acordadas por los Estados miembros de manera urgente». (Pilar Bonet, «La comunidad internacional se moviliza para frenar la represión», *El País*, 20-02-14, 2).

Su uso en ED no es nada desdeñable tampoco, aunque se sitúa por detrás de *decir*: *El País* (8,1%), *El Mundo* (9,7%), *ABC* (8,9%), *La Razón* (14,2%), *El Periódico* (8,3 %). Como señala Escribano (2009: 18), la elección de esta forma verbal por parte del periodista puede deberse a tres razones:

- a) Que la fuente haya utilizado la forma verbal en primera persona (*aseguro*) y el periodista haga una mera traslación al discurso indirecto con la tercera persona.
- b) Que el periodista haya interpretado los signos no verbales del acto de habla de la fuente, como el tono de voz o la firmeza del gesto.
- c) Que el periodista haya escogido esta forma verbal para dirigir de manera intencionada la interpretación final del receptor. De esta forma,

cada periódico puede emplear la forma verbal que más convenga a sus intereses, en función de la imagen que quiere ofrecer al lector del personaje que hace las declaraciones. En el caso de *asegurar*, implica una fuerza en el compromiso por parte del responsable de las declaraciones que no posee el verbo *decir*, por el que podría ser fácilmente sustituido, aunque no aportaría el matiz de certeza y convencimiento (Escribano, 2009: 19).

Por secciones y medios, en estilo indirecto, destaca, por un lado, la sección de política en *El País* (20,3%) y *El Mundo* (19,3%); por otro lado, son las declaraciones de las noticias económicas las que obtienen los mejores resultados en *La Razón* (32,1%) y *ABC* (24%). En *El Periódico*, el área de cultura obtiene el porcentaje más alto, con un 23%. No hay datos concluyentes cuando introduce el discurso directo, pues las cifras obtenidas no privilegian a ninguna sección: la temática no es, en este caso, determinante en el mayor o menor uso de este verbo. Se trata de un verbo que se usa indistintamente en cualquier sección, pues está vinculado a la rutina periodística.

Los datos totales por modelos de medio reflejan que se trata de un verbo muy usado, tanto en los medios de información general como en los especializados. En FN, por cada 100.000 palabras de texto, aparecen 64 casos en los económicos, 54 en los generalistas y 39 en los deportivos. El porcentaje más elevado con respecto al total de verbos de lengua lo encontramos también en los medios económicos (supone el 18% del total de verbos); a estos les siguen los deportivos (15%) y en último lugar, los generalistas, con un 14%. Por FN, en los medios deportivos destaca *Sport* con 30 casos en EI, mientras que en los económicos, tanto *Cinco Días* como *Expansión* obtienen unas frecuencias altas para introducir EI (42 y 44 casos, respectivamente). Por tanto, como consecuencia del análisis de los datos, tanto por sección como por modelo de medio, podemos decir que se trata de un verbo determinante, fundamentalmente en las áreas de economía y política.



El verbo *afirmar*, «asegurar o dar por cierto algo», (DRAE: en línea) es otro de los verbos de gran uso, más en ED que en EI<sup>148</sup>, pues «transmite la convicción con la que el agente verbal efectúa sus declaraciones» (Escribano, 2009: 19). Representa un 7% en los periódicos deportivos, un 9% en los generalistas y un 10% en los económicos. En términos generales, llama la atención una FN relativamente alta tanto en los medios de información general (FN de 36) como en los especializados en economía (FN de 35), frente a una FN más discreta en los deportivos (19 casos por cada 100.000 palabras). Por FN, en los medios deportivos destaca *Marca* con 17 casos en ED, mientras que en los económicos, *Cinco Días* obtiene las frecuencias más altas, tanto como verbo introductor de ED (FN de 21) como de EI (FN de 19). En la prensa generalista, todas las cabeceras, excepto *ABC*, lo prefieren para introducir citas directas: *El País* (9,4%), *El Mundo* (8,3%), *La Razón* (9,7%), *El Periódico* (14%):

(252) Mientras, la madre de Reeva, June Steenkamp, cambiaba la sala de los juzgados por el plató de televisión. El lunes acudió al Tribunal de Pretoria para mirar a los ojos a Pistorius, pero ayer se sentó en la NBC para asegurar que puede «perdonar a Óscar». «No me importa lo que le pase porque ella no volverá. No le deseo ningún mal, sólo quiero la verdad», **afirmó**. (Jaime Velázquez, «La madre de Reeva dice que necesita perdonar a Pistorius», *ABC*, 05-03-14, 61).

(253) «La legislación estatal, autonómica y local, junto con la legislación comunitaria, han impulsado» esta proliferación «y la lista no está cerrada, ya que la regulación de nuevas actividades hará que la obligación de asegurarse continúe en el futuro», **afirma** Flavia Rodríguez Ponga, directora general de Seguros en la presentación del documento que recopila estos seguros. (E.P.D, «En España hay ochocientos seguros obligatorios, según HDI», *Expansión*, 10-03-14, 15).

(254) Pese a este panorama, las perspectivas para el 2014 son buenas, hasta el punto de dar la vuelta a la caída de ventas. «Lo estamos viendo desde diciembre. La facturación en enero fue el 5% mejor que un año antes, y la de febrero el 10%», **afirmó** Guillermo Menal, director general de Cosmobelleza. (Sonia Gutiérrez, «La belleza vende menos», *El Periódico de Catalunya*, 06-03-14, 29).

Los datos por secciones determinan que son las temáticas de economía y política las que recogen más casos de este verbo. Así, destaca el área política en *El País*, donde es el segundo verbo más usado para introducir estilo directo (13%), por detrás de *decir* (28%). Lo mismo ocurre en *ABC*: es el segundo verbo más usado en ED, por detrás de *decir* (12,6% y 22,7%, respectivamente). Por otro lado, la sección de economía es la que recoge más casos en *La Razón* (14,1%), *El Mundo* (14,4%) y *El Periódico* (17%).

---

<sup>148</sup> Los porcentajes así lo demuestran: predomina su uso en el estilo directo en los tres modelos de prensa: económicos (51%), deportivos (69%) y generalistas (52%).

En cuanto al verbo *confirmar* («corroborar la verdad, certeza o el grado de probabilidad de algo», *DRAE*: en línea), nos encontramos con un uso mucho más limitado, con unas FN menores con respecto a los verbos anteriores. Así, destaca su uso en los medios deportivos (8 por cada 100.000 palabras) y en los generalistas (FN de 7,5). Su uso está menos extendido en los periódicos especializados en economía (FN de 5). Por tipo de cita, es mayoritario el EI en los tres modelos, pues más del 80% de casos encontrados en el corpus introducen discurso indirecto (Tabla 111). En este sentido, respecto a los medios deportivos, *Sport* es el que obtiene más registros en las estructuras de EI, con una FN de 11 casos frente a los 5 de *As* o los 6 de *Marca*. Por su parte, en los económicos, las cifras entre ambos medios son idénticas: 4 casos por 100.000 como introductor de EI. Finalmente, en los generalistas, las cifras absolutas son contundentes en todos los medios: *El País* (45 en EI frente a 3 en ED); *El Mundo* (57-13); *ABC* (49-6); *La Razón* (34-4) y *El Periódico* (41-5):

- (255) Ayer, por primera vez desde 2010, Moody's **confirmó** que el motor de nuestro país vuelve a trabajar. La primera de las tres grandes calificadoras en hacer público su veredicto avaló el cambio de tendencia de la economía española con una mejora de la nota de solvencia, desde «Baa3», solo un escalón por encima del «bono basura», hasta «Baa2», con perspectiva positiva. (María Cuesta, «Moody's reconoce que España es más solvente y mejora la nota de su deuda», *ABC*, 22-02-14, 34).
- (256) Funcionarios estadounidenses consultados por el canal NBC News **confirmaron** que se está indagando en ese sentido, si bien aún no se han determinado “vínculos con el terrorismo”. En las labores de búsqueda están participando barcos y aviones de Malaisia, Vietnam, Singapur, China, Filipinas y Estados Unidos. (Jose Reinoso, «El sureste asiático busca en el mar un avión desaparecido», *El País*, 09-03-14, 21).
- (257) Luego intentó dar lustre al choque de hoy con lo de seguir con el buen momento del equipo. «Jugar un buen partido es la mejor manera de preparar el clásico», dijo Ancelotti, que **confirmó** que Morata, Jesús y Cristiano formarán la delantera. (Antonio Merino, «Un plácido trámite con el clásico en el punto de mira», *El Periódico de Catalunya*, 18-03-14, 50).

Se trata, así, de un verbo que añade firmeza y seguridad a lo dicho por la fuente y, además, lo revalida. Por contexto temático y cabecera, difiere de los verbos anteriores. Si, en *asegurar* y *afirmar*, eran las secciones de política y economía las que recogían el mayor número de ocurrencias, en el caso de *confirmar*, destacan las otras secciones: la sección de deportes acumula el número mayor en tres periódicos, *El País* (2,8%), *ABC* (5,9%) y *El Periódico* (6,3%), mientras que en *La Razón* y en *El Mundo* son cultura (5,5%) y sociedad (6%) las dos secciones favorecidas por las cifras.

Tabla 111. Verbos *asegurar*, *afirmar* y *confirmar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>asegurar</i>			
ED	600	304	153
EI	1253	321	319
% total de verbos	14	15	18
FN: N/100.000	54	39	64
<i>afirmar</i>			
ED	632	208	134
EI	593	92	127
% total de verbos	9	7	10
FN: N/100.000	36	19	35
<i>confirmar</i>			
ED	31	21	5
EI	226	103	31
% total de verbos	2	3	1
FN: N/100.000	7,5	8	5

#### 5.2.1.4. 'Decir' + 'ampliar lo dicho' o 'añadir detalles': matizar, precisar

Los verbos *precisar* y *matizar* no son demasiado productivos en el lenguaje periodístico, pues en el mejor de los casos representan apenas el 1% del conjunto de verbos de lengua analizados.

Con respecto a *precisar*, cuyo contenido semántico «presupone la existencia de algo oscuro, confuso, ambiguo, impreciso» (Velarde y de Lucas, 2013: 341), es significativo que la frecuencia normalizada en los medios de información general y de información económica es moderadamente superior a la de los medios deportivos (4 frente a 0,5). Al mismo tiempo, en los modelos de periódico con la FN más alta, este verbo se prefiere para introducir estilo indirecto, mientras que en los medios deportivos es al contrario: el 83% de las ocurrencias obtenidas aparecen con cita directa. Así pues, en los modelos de prensa especializada destaca *Cinco Días*, que obtiene 8 casos por 100.000 como verbo introductor de estilo indirecto. En los deportivos, la cifra es anecdótica, pues la más alta se obtiene en *Sport* y es una FN de 1 caso. En los datos por secciones en los medios generalistas, destaca su uso para cita indirecta en la sección económica de tres de los periódicos analizados: *El Periódico* (3,1%), *El País* (2,6%) y *El Mundo* (1%). Este resultado se relaciona con el tipo de declaración que aportan las fuentes informativas de esta área: las cifras aportadas por expertos o por informes económicos.

- (258) De hecho, Telefónica Brasil **precisa** en el informe que los dividendos e intereses de capital propio declarados durante 2013 suman 3.527 millones de reales (cerca de 1.093 millones de euros) que, según la empresa, supondría un pay out total sobre los beneficios del año del 95%. De ellos, cerca de 2.609 millones de reales corresponden a Telefónica (Santiago Millán, «Telefónica percibió 1.119 millones por el dividendo de su filial brasileña en 2013», *Cinco Días*, 5-03-14, 6).
- (259) No obstante, BFA-Bankia **precisó** ayer en una nota remitida a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) que las plusvalías netas anotadas serán de 301 millones porque el valor en libros de esas acciones es inferior al de compra. (Max Jiménez Botías, «El Estado ingresa 1.304 millones con la venta del 7,5% de Bankia», *El Periódico de Catalunya*, 01-03-14, 24).
- (260) El alto directivo de Renault **precisó** también que este incremento de producción en la planta de ensamblaje de Valladolid, que fabrica en exclusiva el Captur, supone que esta alcance su máxima capacidad de producción con una configuración de dos turnos, 450 vehículos al día por turno, y que, por el momento, no prevé la creación de un tercer turno de noche. (N. N. A., «Renault creará 250 empleos este año en su fábrica de Valladolid», *Cinco Días*, 19-03-14, 12).

En el caso de *matizar*, similar a *precisar* en cuanto al plano modal, es definido como «aclarar o señalar los matices de una cuestión o asunto» (ADESSE, en línea). En este caso, los datos también favorecen a los periódicos económicos, pues la FN es de 3,5, frente a la FN de los generalistas (2) y la de los deportivos (0,6). Se trata también de un verbo poco usado en el lenguaje periodístico y con preferencias dispares entre los tres modelos de prensa. Así, los modelos generalistas prefieren utilizarlo para introducir discurso directo, mientras que los especializados lo emplean más en declaraciones indirectas, con unos porcentajes que oscilan entre el 60% y el 65%. En la prensa económica, donde se observan las FN superiores, destaca *Cinco Días*, con una FN de 3 ocurrencias, mientras que en los deportivos *As* recoge el número mayor: 1 solo caso por 100.000. Los datos por secciones en los periódicos de información general no son unánimes ni determinantes, pues hemos encontrado disparidad de usos en la prensa. Así, destacan, por ejemplo, la sección de economía en *ABC* (4% de ocurrencias con respecto al total de verbos de lengua) o en *La Razón* (0,8%); la sección de sociedad en *El País* (1%), y cultura en *El Mundo* (1,9%) y en *La Razón* (3,4%). Cabe señalar que el periódico *ABC* es el que recoge más ocurrencias de este verbo.

Tabla 112. Verbos *matizar* y *precisar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>matizar</i>			
ED	40	4	9
EI	34	6	17
% total de verbos	0,6	0,2	1
FN: N/100.000	2	0,6	3,5

<i>precisar</i>			
ED	54	6	6
EI	83	3	29
% total de verbos	1	0,2	1
FN: N/100.000	4	0,5	4

#### 5.2.1.5. 'Decir' + 'repetición': reiterar, insistir

ADESSE define el verbo *insistir* como «decir (o hacer) más de una vez, haciendo hincapié o mostrando firmeza». Se trata de un verbo utilizado en el lenguaje periodístico, con unas FN que oscilan entre los 7 casos por cada 100.000 palabras en los especializados en economía y los 13 casos registrados en los medios de información general. El resultado de los periódicos deportivos está cerca de los económicos, con una FN de 8 casos. En concreto, en los especializados destacan *Cinco Días* y *Sport* (FN de 7). A pesar de estas diferencias, los tres modelos coinciden en su preferencia para introducir citas indirectas. Si analizamos las secciones, en tres de los medios utilizados destaca su uso en la sección de sociedad. Así, en *El Mundo*, con un elevado porcentaje en comparación con el total de verbos de lengua (16%), *insistir* es el segundo verbo más empleado, después de *decir*; por su parte, en *ABC* y *El Periódico* también es la sección de sociedad la que destaca sobre las demás, aunque en estos casos, con cifras más discretas: 6,8% y 5,1%, respectivamente. Su uso privilegiado en esta sección se debe a los temas tratados: salud, ciencia, tecnología, tribunales, educación... Se trata, pues, de temáticas en la que la consulta a personas expertas en medicina, ciencia, legislación, didáctica, psicología, etc. es habitual, de modo que la elección de este verbo por parte del periodista conlleva una impresión de seguridad y certeza a quien lee sobre el mensaje que comunica esa fuente experta, como criterio de autoridad, cuya consulta, ya de por sí, contribuye a la credibilidad del medio. Así, más que en el sentido de «volver a decir», «repetir» o «instar reiteradamente», nos encontramos con el uso del verbo *insistir* en su segunda acepción: «persistir o mantenerse firme en algo»:

(261) El presidente del Consell de Col·legis de Procuradors de Catalunya, Ignacio López Chamorro, **insistió**, precisamente, en que uno de los principales problemas de la Administración de justicia es en la actualidad la lentitud en la ejecución de las sentencias. «Hay millones de euros bloqueados en los tribunales pendientes de ejecución». (J. G. Albalat, «Los procuradores proponen un plan para agilizar la justicia», *El Periódico de Catalunya*, 01-03-14, 35).

- (262) Por otro lado, este y otros expertos **insisten** en que no está probado que vapear sea inocuo. «La nicotina crea un efecto agudo en la activación del sistema parasimpático y sobre la pared vascular generando una vasoconstricción mucho mayor que la que produce las terapias sustitutivas porque éstas son de acción más lenta y su consumo es por un tiempo limitado», ha explicado Carlos Macaya, cardiólogo y presidente de la Federación Española de Asociaciones Científico-Médicas. (Ángeles López, «Los médicos, en guerra contra el ‘vapeo’», *El Mundo*, 03-03-14, 46).
- (263) Los especialistas **insisten** en que es fundamental registrar cuándo aparecen los síntomas, pues será una pieza clave, junto con las pruebas de alergia, para determinar cuál de los pólenes está dando más problemas. (Á. López y M. Valerio, «Acorralados todo el año por las alergias», *El Mundo*, 13-03-14, 43).

Algo similar ocurre con el verbo *reiterar* cuando se usa en el lenguaje periodístico, como recuerda Repede (2014: 260): «aunque *repetir* y *reiterar* tienen el sentido básico de ‘volver a decir lo que se había dicho’ [...], pueden funcionar como “introdutores afectivos” (cf. Strauch, 1972), marcando subjetividad por parte del periodista con el valor de ‘insistir’»:

- (264) Preguntado por las posibilidades de España de aumentar su crecimiento casi medio punto anual por encima de las previsiones actuales, Draghi **reiteró** que “uno puede fácilmente estar de acuerdo y compartir esta confianza en el encuentro del G-20, pero el objetivo cuantitativo es algo ambicioso”. (Laura M. Lombraña, «El G-20 promete un plan para acelerar el crecimiento un 2% en cinco años», *El País*, 24-02-14, 22).
- (265) La secretaria general del PP, María Dolores de Cospedal, fue la encargada de anunciar que por ahora no hay nada que anunciar, y **reiteró** que no se está “retrasando” la elección del candidato, porque el plazo expira el 7 de abril. “Aquí no se retrasa nada. Cada uno elige los tiempos que le parecen bien”, dijo. (J. M. Lamet, «Rajoy juega al despiste y no nombra candidato europeo», *Expansión*, 11-03-14, 27).
- (266) García-Margallo **reiteró** que el Gobierno español está «convencido de que es el momento de avanzar en el proceso de construcción europea», del que están pendientes «la unión bancaria y la integración fiscal, presupuestaria, económica y política». (L. R. N., «Margallo reconoce la «preocupación» del Vaticano por el referéndum catalán», *La Razón*, 07-03-14, 11).

En este caso, los datos recopilados no son concluyentes, porque su uso es escaso (su FN no supera los 2 casos por 100.000 palabras en el mejor de los casos) y no hay ninguna sección favorecida por su mayor número de ocurrencias, como se puede ver en la Tabla 113. Aun así, se trata de un verbo que suele introducir discurso indirecto, según el análisis de los tres modelos de prensa, donde los registros representan el 62% en los medios deportivos, el 73% en los económicos y el 74% en las cabeceras generalistas.

Tabla 113. Verbos *reiterar* e *insistir*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>reiterar</i>			
ED	22	8	4
EI	63	13	11
% total de verbos	0.6	0,5	0,6
FN: N/100.000	2	1,3	2

<i>insistir</i>			
ED	140	51	15
EI	305	76	38
% total de verbos	3	3	2
FN: N/100.000	13	8	7

5.2.1.6. 'Decir' + 'fuerza de expresión': *apuntar, señalar*

El verbo *señalar* es definido por Repede (2014: 587) como «indicar con un comentario, mencionar». Según la autora, en el plano modal, es un verbo declarativo que simplemente expone una aseveración. Sin embargo, tiene más fuerza ilocutiva que el verbo de referencia, *decir*. En los datos globales, llama la atención que en los especializados deportivos predomina su uso para introducir discurso directo, mientras que en los económicos es justo al contrario: su uso es mayoritario para presentar discurso indirecto. Así pues, destaca *Marca* entre los primeros con una FN de 16 ocurrencias, mientras que *Cinco Días* y *Expansión* obtienen cifras parecidas (35 y 33 casos, respectivamente). En los medios generalistas, los datos demuestran que se trata de un verbo muy usado en el lenguaje periodístico, que no discrimina ni a una forma de introducir las voces de las fuentes ni a otra. Es interesante el dato que ofrecen los periódicos especializados en economía. Por un lado, su uso representa un porcentaje bastante elevado con respecto al total de verbos de lengua (un 15%); por otro, la frecuencia normalizada obtenida por este tipo de cabeceras es elevada (54), de hecho, casi dobla la cifra de los periódicos generalistas (28) y triplica la de los deportivos (17).

Si observamos los datos por secciones en la prensa generalista, tres de las cabeceras analizadas muestran unos datos contundentes: en la sección de economía este verbo es el predominante tanto para introducir discurso literal como reproducido. Así, en *El País*, *El Mundo* y *La Razón*, los valores obtenidos lo manifiestan: en *El País*, este verbo representa un 17% en ED, mientras que en EI la cifra es de 13,6%. Esto significa que es el tercer verbo más usado en economía, por detrás de *decir* y *explicar*, en estilo directo; mientras que en estilo indirecto es el verbo más usado, sobrepasando el 12,3% del verbo *decir*. Cabe añadir que estos porcentajes son elevados en comparación con los obtenidos en las otras secciones. En *El Mundo*, los datos son parecidos. Este verbo representa el 14,4% para introducir discurso directo y un 13,5% en el caso del discurso indirecto. En estilo directo, es el segundo verbo de más uso por detrás de *decir*, mientras que en estilo indirecto ocupa

también la segunda posición, por detrás de *asegurar* (16,7%). En *La Razón*, los resultados siguen el mismo patrón: por un lado, su uso en estilo directo representa un 21,1%, solo por detrás de *decir* (26,4%); por otro, en estilo indirecto su uso con respecto al total de verbos de lengua representa un 12,5% y se sitúa por detrás de *asegurar* (32,1%). En *El Periódico y ABC* los datos no son concluyentes, pues en el primero su uso más destacado está en la sección de sociedad (ED) y en la de cultura (EI), mientras que en el segundo, son las secciones de deportes (ED) y sociedad (EI) las que obtienen los resultados más altos. A pesar de estos últimos datos, es digno de mención que la temática económica, tanto por modelos de medio como por sección, muestra predilección por este verbo que enfatiza y refuerza la información aportada por la fuente, una información basada en cifras y datos extraídos de informes y estudios, o facilitados por expertos:

- (267) Fuentes de Vodafone **señalaron** que mantienen una buena relación con Pepephone, del que también son los mayoristas del ADSL, y que en el futuro esperan ofrecer el servicio 4G a sus virtuales, aunque hay razones técnicas, de negocio y comerciales que no lo han permitido hasta ahora. (I. del Castillo, «Pepephone deja Vodafone y usará la red de Yoigo por el 4G», *Expansión*, 20-02-14, 6).
- (268) Después de la agitación vivida por las divisas emergentes, Torre considera que el impacto de estos mercados en el balance de las empresas ha sido mixto. Por el lado positivo, la analista **señala** que algunas compañías como Endesa han conseguido salvar el ejercicio gracias a su apuesta por estos mercados. “Mientras el negocio de la eléctrica caía un 17%, hasta los 1.176 millones de euros en España y Portugal por el impacto de la reforma energética, el beneficio en Latinoamérica subía un 13% hasta los 703 millones”, asegura. (G. Escribano y A. Perona, «Seis de cada diez euros de los ingresos vienen de fuera», *Cinco Días*, 01-03-14, 18).
- (269) El BCE, que en cualquier caso tendrá la última palabra, **señalaba** ayer que el objetivo será comprobar que los riesgos se provisionan de acuerdo con el espíritu de las normas de contabilidad y de los principios aceptados a nivel nacional, según explica el BCE, lo que supone reconocer las peculiaridades de cada sistema financiero, y la normativa de provisiones acordada por cada regulador. (N. Salobral, «Las cuentas de 2014 cargarán con las provisiones por la revisión de activos», *Cinco Días*, 12-03-14, 16).
- (270) En relación con el sector público, Lagarde **señaló** que rebajar la deuda implica “continuar reduciendo el déficit de forma gradual, de un modo favorable para el crecimiento, especialmente apoyándose en los impuestos indirectos”. (M. J. Bilbao, «Lagarde pone más deberes a España», *El País*, 04-03-14, 23).
- (271) El caso es que «pese a que se recaudó más y se canceló más deuda» siguió aumentando la deuda pendiente como si se tratara de una bola de nieve. «Y no ofrece indicios de frenar», ya que sólo una pequeña parte de las actuaciones concluye con una recaudación efectiva, **señala** el informe que el Tribunal ha enviado a las Cortes. (Francisco Núñez, «Mucha deuda y poca recaudación», *El Mundo*, 07-03-14, 32).

Un comportamiento similar al verbo *señalar* manifiesta otro verbo con el mismo rasgo semántico: *apuntar*. Los datos obtenidos de su análisis sitúan al modelo económico como el principal interesado en esta forma verbal, con una frecuencia normalizada que dobla las obtenidas en los modelos generalista y deportivo: 26 frente a 12 y 14,



respectivamente. Se trata de un verbo con un uso notable como introductor de la voz de las fuentes, sobre todo, en los medios económicos, donde representa un 7,5% de todos los verbos empleados. Destaca su uso en estilo directo, especialmente, en los deportivos, con un porcentaje del 70%. En los económicos y en los generalistas, las cifras no son tan contundentes, por lo que se trata de un verbo que introduce, casi a partes iguales, el discurso directo y el indirecto (Tabla 114). Así pues, de entre los medios especializados en deportes, el que registra más casos es *Marca* (FN de 12), frente a los 5 de *As*. En los económicos, también en este caso es *Cinco Días* el que obtiene las cifras más altas: una FN de 17 casos para introducir EI y 15 en ED.

En los periódicos generalistas, un dato claro y que se cumple en todas las cabeceras es que la sección de política no es la que usa de forma más frecuente este verbo. Por el contrario, en *ABC* y *El País*, tanto en ED como en EI, su uso es mayor en economía. Así, en *ABC* supone un 8% en ED y un 5,4% en EI; por su parte, en *El País*, obtiene un 9,6% en ED y un 6,4% en EI. En *La Razón*, son los temas sociales los que resaltan, con un 6,9% en ED y un 4% en EI. En *El Mundo*, destaca su uso en deportes: 4,8% en Ed y 4,4% en EI. Finalmente, es *El Periódico* el que obtiene los datos más dispersos, pues predomina su uso en ED en la sección de economía (6,8%), mientras que en EI es la sección de cultura la que obtiene el porcentaje superior (10%), convirtiéndose en esta sección en el cuarto verbo más usado para introducir estilo indirecto, por detrás de *asegurar* (23%), *decir* (14%) y *explicar* (13%):

(272) No obstante, el ministro se mostró más prudente que muchos analistas, como, por ejemplo, BBVA, que ya **apuntó** hace unos días que la economía está creciendo en estos tres primeros meses del año al 0,4%. (Y. Gómez y M. Veloso, «Guindos: la economía crecerá «al menos» un 0,2% este trimestre», *ABC*, 19-04-14, 40).

(273) Por último, Repsol, que pesa un 5,3% en el Ibex tiene también un talón de Aquiles, según los expertos, que le mantiene en cuarentena: su litigio sobre YPF. Hasta que no llegue a un acuerdo sobre la indemnización por la expropiación, el inversor seguirá mirando con recelo a la petrolera, **apuntan** desde JPMorgan. (D. Esperanza, «Por qué los grandes valores se han quedado rezagados», *Expansión*, 20-02-14, 18).

(274) La empresa, que emplea a 300 trabajadores, cerró el pasado ejercicio con una facturación de 22 millones de euros. «Y prevemos que en el 2014 crezca el 15%», **apunta** el fundador. (Rebecca Bosch, «Tubos vallesanos en EEUU», *El Periódico de Catalunya*, 11-03-14, 28).

(275) Reino Unido e Italia establecen un tope de cinco millones de euros al año para cada inversor, en Alemania el máximo es de 100.000 al año y en Francia no hay límite. “Son regulaciones pensadas realmente para promover la actividad. Y algunos países han ido más allá. Por ejemplo, Reino Unido puso en marcha en 2012 un programa piloto en el que destinó 200 millones de euros a plataformas de crowdfunding para financiar nuevas empresas sin tener que pasar por los bancos”, **apunta** Ángel González, socio fundador de Universo Crowdfunding, una consultora especializada en financiación colectiva. (Raquel Vidales, «Invierta en nuevas empresas, pero poco», *El País*, 11-03-14, 34).

Tabla 114. Verbos *apuntar* y *señalar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>señalar</i>			
ED	477	194	148
EI	476	72	251
<b>% total de verbos</b>	7	7	15
<b>FN: N/100.000</b>	28	17	54
<i>apuntar</i>			
ED	210	159	89
EI	199	67	105
<b>% total de verbos</b>	3	5,5	7,5
<b>FN: N/100.000</b>	12	14	26

5.2.1.7. 'Decir' + 'descubrir algo oculto': *confesar*

La forma verbal *confesar* implica «la verdad de un discurso anterior de carácter ofensivo o contrario a los intereses del sujeto del verbo introductor» (De Lucas, 2017: 576). Sugiere, además, que el emisor está transmitiendo una información que es secreta, inédita u oculta.

Si observamos la comparativa entre los tres modelos de prensa, este verbo resalta en los periódicos especializados en deportes (FN de 5,5) y en los generalistas (4). En cambio, apenas se emplea en las noticias de la prensa especializada en economía (FN de 0,3).

Tabla 115. Verbo *confesar*

VERBO	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>confesar</i>			
ED	73	58	1
EI	59	30	1
<b>% total de verbos</b>	1	2,2	0,07
<b>FN: N/100.000</b>	4	5,5	0,3

Los datos globales en los periódicos generalistas indican que su uso está más extendido en el discurso directo, pues todas las cabeceras, excepto una –y con una diferencia mínima– (*El País*), recogen más casos como introductor de citas literales. Así, los porcentajes son los siguientes: *El País* (0,7% frente a 0,8% en EI), *El Mundo* (1,6% frente a 0,6 en EI), *ABC* (1,4% tanto en ED como en EI), *La Razón* (1,3% frente a 0,9% en EI), *El Periódico* (1,1% frente a 0,5 en EI). Su uso es relativamente escaso, pues las cifras absolutas oscilan entre los 6 casos en EI en *El Periódico* y los 20 casos recogidos en ED en *El Mundo*. En el ED, el hecho de que su aparición esté limitada a tres secciones temáticas da pistas sobre la intencionalidad del periodista con el uso de este verbo. En tres de los diarios

analizados, es la sección de cultura la que muestra una mayor proporción de frecuencia de uso. Así, *El Mundo*, *La Razón* y *El País* obtienen los siguientes porcentajes: 4,3%, 4% y 2,2%, respectivamente. En *ABC*, destaca la sección de sociedad, con un 2%, mientras que en *El Periódico* es el área de deportes la que obtiene los datos más significativos, con un porcentaje del 2,9%. En el extremo opuesto, la sección que apenas utiliza este verbo como introductor de declaraciones es el área de economía. Únicamente *El Mundo* recoge un porcentaje relativamente elevado en esta sección: un 3,3%. El resto de cabeceras no recoge ningún caso en esta sección, ni en ED ni en EI.

Con respecto a los resultados cuando introduce discurso indirecto, hay que señalar que son similares a lo que ocurría con el ED: en *ABC*, *El País* y *El Mundo* destaca la sección de cultura, especialmente en el caso de *ABC* (un 9,5%, frente al 3,3% de *El País* y *El Mundo*). En *El Periódico* sigue destacando la sección deportiva (2,5%) y en *La Razón*, el porcentaje es superior en sociedad (3,5%), pero cabe matizar que en este medio la sección de *Gente*, espacio sobre personas famosas, está incluido en sociedad.

Si buscamos las causas de este resultado, una pista nos la ofrece la primera acepción de este verbo en el *DRAE*: «dicho de una persona: expresar voluntariamente sus actos, ideas o sentimientos verdaderos». Justamente, la sección de cultura es un gran escaparate de proyectos personales en forma de canciones, libros u otro tipo de obras asociadas a la expresión del mundo interior, a la creatividad, por lo que *confesar* aporta un componente de proximidad, confianza e intimidad a quien lee la noticia, que adquiere el privilegio de conocer una información muy personal del protagonista del relato. Algo parecido ocurre con los contenidos sociales, que despiertan sentimientos y emociones, como la empatía, el reconocimiento, la valentía o la superación. Además, en este tipo de noticias, donde prima el interés humano y el color, esas «pinceladas que dan vida a una información» (*Libro de estilo de El Mundo*, 1996: 21) contribuyen a visibilizar a los protagonistas de la noticia y favorecen la literaturización de la noticia: «esas pinceladas dan forma humana a los personajes y agregan elementos de atmósfera sobre el lugar, el momento, las voces, los ruidos o los olores que enmarcan la información. Es el mejor modo de proporcionar vigor y atractivo literario a un relato periodístico».

Por último, en la sección deportiva –y también en los medios especializados en deportes–, se hace patente la intención del periodista de acercarse al lector, de mostrar proximidad en su lenguaje, y la elección de este verbo contribuye a ello.

- (276) Entre su público, en el que había gente poderosa (que podía comprar un vídeo), muchos tenían curiosidad por saber cómo era aquella persona que les hablaba desde rostros tan diferentes; otros confiesan que no pensaban siquiera que detrás hubiera un cuerpo. Irina era «la voz». «Mi principal sentimiento es que me permitía ver películas, estar en contacto con el mundo», **confiesa**. (F. Marín, «'La voz' de Rumanía», *ABC*, 20-02-14, 78).
- (277) En el club apuntan que todos estos ejercicios se graban en vídeo, de ahí el técnico registrando cada detalle. Se supone que luego Jesús repasará sus propios movimientos para detectar posibles errores técnicos bajo la supervisión de Zidane. «Jesé», **confesó** Ancelotti, «me sorprende por su frialdad ante la portería y por la frialdad con la que juega». (D. T., «Zidane perfecciona la volea de Jesús», *El País*, 20-02-14, 51).
- (278) Luego se supo que había costado un tratamiento privado en la clínica Dexeus para Miki Roqué, futbolista catalán del Betis que no logró sobrevivir al cáncer. «Puyi» lo hizo sin alharaca. Sin jactancia. Sin presumir de su grandeza. «Carles es noble, bueno, generoso... Se merece todas las muestras de cariño recibidas y más; es igual de noble fuera que dentro del campo. A quienes lo conocemos, no nos ha sorprendido», **confiesa** a LA RAZÓN su primera novia, Agnès Comas. (Marc Grau, «La ruptura más difícil de Puyol», *La Razón*, 09-03-14, 56).
- (279) Pero «las trabas burocráticas del ayuntamiento», con litigio incluido, «y la pasividad de la Generalitat» ralentizaron el proyecto, cuya primera fase culminó el 2012. Son mayores, saben ser pacientes, pero andan inquietos. Ligan el futuro de La Muralleta a la llegada de cooperativistas que garanticen el relevo. «Nosotros íbamos a ser los jóvenes, pero ya nos estamos haciendo viejos», **confiesa** Caballero. (Víctor Vargas, «Las nuevas comunas», *El Periódico de Catalunya*, 24-02-14, 27).

#### 5.2.1.8. 'Decir' + 'referir un suceso': contar, relatar

Los verbos *contar* y *relatar* no tienen una fuerza ilocutiva como otros verbos de lengua, pues se trata de verbos declarativos que expresan una aserción, es decir, dan a conocer o refieren un hecho. La *NGLE* (2009: § 43.9o) los identifica como verbos que «aluden a la acción de presentar lo que se comunica de forma elaborada o reelaborada», por tanto, por su naturaleza semántica deberían introducir estilo indirecto. En este sentido, Reyes (2002: 17) señala que el verbo contar prefiere EI, pues «lo que se cuenta suele ser el contenido de un discurso, y el EI se especializa en transmitir ese aspecto del discurso». Sin embargo, en nuestro corpus hemos encontrado más casos en ED. Los porcentajes son, pues, superiores en los medios deportivos (supone el 81%) y en los generalistas, donde el ED representa el 60%. Por el contrario, en la prensa económica vemos cómo su uso está más extendido en estilo indirecto.

Si observamos los datos globales por modelos mediáticos, son los medios de información general los que destacan por el uso de estos verbos, con una FN de 9 (*contar*) y 4 (*relatar*), cifras bastante superiores a las obtenidas por los periódicos especializados en deportes y economía: 2 (*contar*) y 1 (*relatar*) en los dos modelos. Asimismo, ambos representan el mayor porcentaje con respecto al total de verbos de lengua en los medios generalistas (2,3%, el verbo *contar*; 1,1%, el verbo *relatar*), y su presencia es casi anecdótica en los medios deportivos y en los económicos, pues no llega ni al 1%.

Tabla 116. Verbos *contar* y *relatar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>contar</i>			
ED	179	29	5
EI	118	7	11
% total de verbos	2,3	0,9	0,6
FN: N/100.000	9	2	2
<i>relatar</i>			
ED	91	14	4
EI	48	3	2
% total de verbos	1,1	0,4	0,2
FN: N/100.000	4	1	1

En ED, todas las cabeceras siguen la misma línea, en una horquilla que va del 1,4% al 4,5%. Así, las cifras en porcentajes son las siguientes: *El País*, 4,5% en ED frente al 2,3% en EI; *El Mundo*, 2,7% en ED frente al 1,5% en EI; *ABC*, 2,1% tanto en ED como en EI; *La Razón*, 2,4% en ED frente al 1,4% en EI y *El Periódico*, con 1,4% en ED y 1,1% en EI.

Las ocurrencias de *relatar* son menores que las de su sinónimo. Su uso es preferente también para el discurso directo, mientras que en discurso indirecto la proporción es limitada: en todas las cabeceras el porcentaje es de 0,6% (excepto en *El Periódico*, que es de un 1,2%). En discurso directo, las cifras están bastante equiparadas en todos los periódicos, menos en *La Razón*, donde la cifra es inferior: *El País* (1,8%); *El Mundo* (1,5%); *ABC* (1,3%); *La Razón* (0,8%) y *El Periódico* (1,6%).

Lo más interesante del análisis de estos verbos es su contexto de uso, pues hay prácticamente unanimidad en cuanto a los resultados obtenidos en todas las cabeceras generalistas. Así, respecto a *contar*, en ED son las temáticas de cultura y deportes las que obtienen los datos más elevados en todas las cabeceras, excepto en *El País*, donde destacan cultura y sociedad. En todos los diarios son los temas culturales los que recogen el mayor número de frecuencias de este verbo. Así, destaca especialmente *La Razón*, con un

porcentaje de 11,4%; le siguen, en este orden, *El País* (8,7%), *El Mundo* (8,1%), *ABC* (4%) y *El Periódico* (3%). En *El* las cifras más destacables están también en la sección de cultura y sociedad. En tres medios (*El País*, 7,9%; *El Mundo*, 4,3% y *La Razón*, 6,4%) obtiene los porcentajes más altos cultura, mientras que en *ABC* y *El Periódico* es la sección de sociedad la que ocupa la primera posición, con un 6,4% y 4%, respectivamente.

En cuanto al verbo *relatar*, por secciones, tanto en *ED* como en *EI*, son también los temas culturales, deportivos y sociales los más constantes en el uso de este verbo. En porcentajes, destaca en *ED* la sección de sociedad en cuatro de las cinco cabeceras generalistas: *El País* (3,5%), *El Mundo* (3,3%), *La Razón* (1,9%) y *El Periódico* (3,3%), mientras que en *ABC* ocupa la primera posición cultura, que representa un 2,4% con respecto al total de los verbos de lengua. En *EI*, en *El País* destaca sociedad (1,5%); en *El Mundo* y *ABC*, cultura (con un 2,2% y 2,1 %, respectivamente); en *La Razón* y *El Periódico* es el contenido deportivo el que recoge el mayor número de casos: 2,9% y 2,5%.

Con todo, los contenidos políticos y los económicos apenas exigen el empleo de estos verbos, que están más relacionados con la referencia a historias o sucesos que a opiniones o datos. Por tanto, la función que realizan estos dos verbos tiene que ver con el tipo de contenido que se transmite en las secciones de cultura, sociedad y deportes: historias de interés humano y social, sucesos, incidentes, experiencias personales, anécdotas, etc. Asimismo, el uso de estos verbos también tiene que ver con el predominio de la secuencia narrativa en las noticias de estas tres secciones, como ya hemos visto y analizado en anteriores capítulos. Las noticias de estas secciones están más cerca de la vertiente narrativa de la noticia y, por ende, se alejan de su carácter expositivo. A este respecto, el *Libro de estilo* de *El Mundo* (1996: 20) enfatiza este rasgo de la noticia: «narrar o, mejor aún, mostrar, en vez de explicar. Es la primera norma general de un texto bien redactado [...]. Cuando el redactor *muestra*, deja de actuar como intermediario entre la información y el lector, e introduce directamente a este último en la situación».

5.2.1.9. 'Decir' + 'hacer y responder preguntas': plantear, contestar, replicar, discutir, responder

Con respecto a los verbos de este epígrafe, todos implican una reciprocidad en el acto de habla, por lo que son verbos en los que cobra importancia la relación entre el hablante y un interlocutor. Por un lado, respecto a *discutir* – «contender y alegar razones contra el parecer de alguien», según el *DRAE*–, la presencia de este verbo acompañando al discurso directo o indirecto es prácticamente inexistente, no así su uso en el resto de discurso; de hecho, autores como Repede (2014) recogen que este verbo se usa principalmente en el «discurso narrativizado». Es interesante esta apreciación cuya autora define como «un discurso que se refiere a lo dicho en forma sintética o resumida» (2014: 151), un tipo de estructura con verbos que transmiten información, pero fuera del estilo directo e indirecto. No se puede establecer un análisis por secciones por los pocos casos que se han registrado:

- (280) Los embajadores **discutían** ayer **si** se incluye también la suspensión de la cumbre bilateral Unión EuropeaRusia que debería celebrarse este verano en Sochi en el marco de la reunión del G8. (Enrique Serbeto, «Europa y Estados Unidos preparan sanciones contra una consulta ilegal», *ABC*, 17-03-14, 21).
- (281) En el PP parece complejo mantener el juego de equilibrios que existía antes de que su presidente optara por un candidato al que no apoyaba su número 2, María Dolores de Cospedal; en el PSOE, nadie **discute** que colocar a la otra número 2, Elena Valenciano, en la candidatura europea pone al secretario general al borde del suicidio político. ) Mayte Alzaraz, «La agenda B de Rajoy y Rubalcaba: el estado de salud de sus partidos», *ABC*, 23-02-14, 20).
- (282) Ayer los Estados miembros **discutían cómo** acortar ese periodo siguiendo una propuesta de compromiso presentada por el comisario de Asuntos Financieros, Michel Barnier, que plantea una mutualización de al menos el 50% en los primeros años. (Javier G. Gallego, «Cuenta atrás para desbloquear la Unión Bancaria», *El Mundo*, 11-03-14-28).

Próximo semánticamente está el verbo *replicar*, «instar o argüir contra la respuesta o argumento» o «responder oponiéndose a lo que se dice o manda», según el *DRAE*. Como ocurre con *discutir*, su uso también es escaso en el lenguaje periodístico, aunque las frecuencias obtenidas son mínimamente superiores. En términos globales, su uso es mayor en los medios generalistas, con una FN de 1 caso por cada 100.000 palabras.

De los medios de información general, el que registra más casos es *El Periódico de Catalunya*, pues representa un 0,8% entre el total de verbos que introducen ED y un 0,6% en EI. El resto de cabeceras presentan unos porcentajes mínimos, que no llegan al 0,3%.

Aun así, hay una clara preponderancia de su uso en ED. En este caso, son las secciones de deportes y política las que más ocurrencias registran. De este modo, en *El Mundo* y *La Razón*, la sección de política registra el mayor número de casos, con un 0,6% y un 0,2%, respectivamente. En *ABC* y *El Periódico* es deportes la que hace un mayor uso, con un 1% y un 1,4%, respectivamente. Por último, en *El País*, ambas secciones obtienen el mismo porcentaje: un 0,3%. Aunque las frecuencias obtenidas no son importantes, sí es significativo que en estas temáticas hay una mayor carga de partes en conflicto, por lo que con este verbo el periodista está valorando negativamente –como una confrontación– la relación entre los interlocutores:

- (283) Martino intuye que las críticas arrecian –«recibí algún mensaje de que me están triturando, pero no sé», apuntó– sin querer rebatirlas. «Estoy acá para entrenar al Barcelona, no para salir al paso de las críticas», **replicó**. (Joan Doménech, «El valor de los cuartos», *El Periódico de Catalunya*, 12-03-14, 56).
- (284) El Consejo de Seguridad de la ONU también celebró ayer una reunión en la que se produjo un tenso intercambio de acusaciones entre el representante ruso, Vitaly Churkin, y su homóloga estadounidense, Samantha Power. Chrukin acusó a Occidente de «atizar la confrontación» mientras que Power le **ha replicado** que «es hora de que la intervención acabe». (Pablo Pardo, «Putin no cede tras hora y media de charla con Obama», *El Mundo*, 02-03-14, 25).
- (285) A Simeone se le notaba enojado por el desenlace y el desarrollo del encuentro. «¿Por qué dice que son hombres contra todo?», le preguntó la prensa. «No quiero ampliar, perdón, no quiero hablar», **replicó** Simeone. (J. C. C., «Ancelotti: “El Atlético buscó un partido violento”», *ABC*, 03-03-14, 41).

Tabla 117. Verbos *discutir* y *replicar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>discutir</i>			
ED	1	0	0
EI	4	2	1
% total de verbos	0,04	0,05	0,04
FN: N/100.000	0,15	0,12	0,14
<i>replicar</i>			
ED	18	4	0
EI	14	0	0
% total de verbos	0,2	0,1	0
FN: N/100.000	1	0,2	0

En referencia a *plantear*, «exponer, formular o presentar una cuestión para su consideración», según la definición propuesta por ADESSE, los resultados obtenidos son claros respecto a la preponderancia en un modelo de medio; no obstante, son difusos en cuanto a su uso por secciones. A este respecto, aparece más en los medios generalistas,



con una FN de 2, en confrontación con la FN de los especializados: 0,7 en los deportivos y 1 en los económicos. Otro dato en el que hay unanimidad tiene que ver con el tipo de discurso introducido: los tres modelos recogen más casos en EI. Por secciones, solo dos periódicos coinciden: en *La Razón* y *ABC* resalta cultura, con un 0,9% y un 2,1%, respectivamente; por otro lado, en *El País* es economía la sección que registra más casos (2,6%), mientras que en *El Mundo* es política (0,3%). Finalmente, en *El Periódico*, resalta deportes, donde representa un 2,5% del total de verbos de comunicación analizados.

(286) Los técnicos del Ministerio de Hacienda agrupados en la asociación Gestha la critican porque creen que beneficia a las rentas más altas. Opinan que de aprobarse las medidas que proponen “supondrá un ahorro fiscal para las rentas más elevadas”. El informe **plantea** que el tipo marginal máximo del IRPF debe de ser como máximo del 50% incluyendo el tramo autonómico. (J. Sérvulo González, «La propuesta de los expertos de Hacienda favorece a las rentas altas», *El País*, 17-03-14, 22).

(287) El PSOE quiere dirigirse a los ciudadanos que perciben que la UE no ha sido capaz de poner freno a los poderes económicos y a los mercados, culpables de la crisis; al deterioro de la cohesión, al aumento de la desigualdad y la pobreza, y al debilitamiento de la legitimidad democrática que ha ocasionado la derecha. Los socialistas **plantean** que el partido debe dejar claro que «hay una alternativa» y que ésta pasa por construir una Europa «con rostro humano». (Luis Ángel Sanz, «El programa triplica las políticas de empleo», *El Mundo*, 15-03-14, 8).

Tabla 118. Verbo *plantear*

VERBO	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>plantear</i>			
ED	28	4	1
EI	35	7	6
% total de verbos	0,5	0,3	0,3
FN: N/100.000	2	0,7	1

Por último, con respecto a *responder* y *contestar*, se trata de verbos con un evidente «parentesco semántico-conceptual» (Berná, 2011), relacionados con una de las tareas esenciales del oficio de periodista: preguntar y recabar información de los protagonistas de la noticia. Velarde y de Lucas (2013: 344) los consideran «verbos introductores contextuales», pues marcan la alternancia en los turnos de palabra de los interlocutores. El ámbito predilecto de estos dos verbos es el de la información general, pues en ambos casos los medios especializados registran una FN menor. Por las frecuencias obtenidas, en el lenguaje periodístico de los medios generalistas, se prefiere el verbo *responder*, con una FN de 5,5 casos, frente al 2 del verbo *contestar*.

*Contestar* significa «reaccionar verbalmente, mediante gestos o por escrito ante una pregunta o situación» (ADESSE). Como tal, predomina su uso para introducir discurso directo en las tres modalidades, con porcentajes que van desde el 67% (económicos) al 75% (generalistas). Los medios que recogen un número más discreto son los especializados en economía, con una FN de 0,4, mientras que en los deportivos la cifra se sitúa en el 0,8. Así, si observamos las secciones de las publicaciones generalistas, dos son las predominantes: deportes y política. En *El País*, ambas temáticas obtienen el mismo porcentaje (0,7%); en *ABC* predomina deportes con un 3%; en *La Razón*, política, con un 2,1%; y en *El Periódico*, también política, con un 0,9%. Finalmente, en *El Mundo*, la sección que obtiene más ocurrencias es sociedad, con un 2,2%, seguida de política (0,9%).

Por otro lado, respecto a *responder*, «decir o hacer como reacción a un hecho anterior» (ADESSE: en línea) o «contestar algo para resolver lo que se pregunta o para atender una comunicación» (DRAE: en línea), obtiene unos resultados superiores a *contestar* en los periódicos de información general, como ya se ha señalado, con una FN muy superior (5,5) a la de los medios especializados, que registran 1,2 casos por cada 100.000 palabras. Los resultados por áreas temáticas en la prensa generalista también revelan un cierto paralelismo entre las diferentes cabeceras. De esta forma, destacan las secciones de política en *El Mundo* (donde representa el 3,2% con respecto al total de verbos de lengua), *El Periódico* (2,6%) y *La Razón* (1,9%). En este último diario la cifra de política coincide con la de sociedad. Por otro lado, resalta cultura en *El País* (3,5%) y en *ABC* (4%).

La aparición de estos dos verbos está justificada en dos instrumentos indispensables del quehacer periodístico: la entrevista y la rueda de prensa. Por un lado, las informaciones deportivas y políticas, en especial, se nutren de las ruedas de prensa de entrenadores, deportistas, representantes públicos y demás actores, por lo que las declaraciones, muchas veces, son fruto de sus intervenciones propiciadas por las preguntas de los periodistas asistentes:

(288) Ancelotti compareció ayer y dijo no entender nada del caso Ronaldo [...]. Otro asunto pendiente: el creciente rumor del interés del Madrid por Courtois, el portero del Atlético. Ancelotti sonrió y **contestó** así sobre el tema: «No, no. Nosotros tenemos dos porteros muy bueno y no tenemos necesidad de tener otro. Courtois es muy bueno, eso es evidente, pero ese puesto lo tenemos muy bien cubierto». (José Manuel Cuéllar, «Varane e Illarra, titulares; Cristiano está preparado», ABC, 22-02-14, 50).

Por otro lado, es habitual incluir las declaraciones de políticos en sesiones de control o de las personas investigadas en juicios, con lo que este verbo contribuye a describir el contexto en el que se ha efectuado dicha declaración:

(289) «No habrá referéndum. No se puede celebrar. La capacidad de decisión es del conjunto del pueblo español. Ni usted, ni yo ni esta Cámara podemos hacerlo en su lugar», **contestó** al portavoz de ERC en la Cámara Baja, Alfred Bosch durante la sesión de control en la Cámara. (Esther L. Palomera, «El presidente rechaza una Cataluña independiente 'empobrecida'», *La Razón*, 20-03-14, 12).

(290) La jueza que preside el tribunal le preguntó antes de empezar si iba o no a declarar. «Sí quiero declarar», **contestó**. ¿A todos los letrados?, insistió la magistrada. «Quiero disculparme porque tuve un accidente y el pasado jueves salí del hospital. Mi situación mental es difícil por los calmantes», afirmó para argumentar que no se veía en condiciones de contestar al fiscal, a las acusaciones y al resto de defensas. (J. G. Albalat, «Millet niega presiones a políticos para construir el hotel del Palau», *El Periódico de Catalunya*, 11-03-14, 22).

Finalmente, en otras secciones, sobre todo en cultura, también influye el hecho de que la entrevista es mucho más que un género propio, es una herramienta auxiliar para la elaboración de otros textos (Santamaría, 2011: 102):

Como herramienta, la entrevista constituye uno de los más fieles testigos de la información que se propone para su publicación. El periodismo moderno nos ha llevado a la utilización del recurso de la entrevista como una herramienta para la estructura de la noticia o nota informativa, así como del reportaje.

En la sección de cultura, es habitual la redacción de noticias a partir de entrevistas con personajes del mundo de las letras, el arte, el cine o la música, con lo que no es extraño que el periodista utilice un verbo que hace referencia a un acto de habla previo, en el que él mismo adquiere un rol interlocutivo:

(291) “Me veo a mí misma como francesa, incluso en el físico”, **responde** con naturalidad cuando le preguntan si se considera exótica, como dicen muchos. Pellerin fue adoptada por una familia francesa a los seis meses, por lo que no llegó a conocer ni el idioma ni la cultura coreanos. (Stefania Gozzer, «“Me veo francesa hasta en el físico”», *El País*, 27-02-14, 56).

(292) Cuando el actor le pidió explicaciones el espontáneo expresó una opinión refrendada en varios foros gays y transexuales: el papel de Leto debería de haber sido interpretado por un transexual y ni él ni McConaughey han recordado en su discurso de la victoria a las verdaderas víctimas del sida. “Siempre habrá alguien que se quede fuera de unos agradecimientos por cuestión de tiempo. Cuando estás ahí hablas con el corazón y sin faltar el respeto a nadie”, **respondió** McConaughey a este diario al mencionarle la polémica. (Rocío Ayuso, «Un Oscar entre zancadillas», *El País*, 02-03-14, 46).

Tabla 119. Verbos *contestar* y *responder*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>contestar</i>			
ED	52	10	2
EI	17	3	1
% total de verbos	0,5	0,3	0,1
FN: N/100.000	2	0,8	0,4
<i>responder</i>			
ED	118	16	4
EI	68	4	5
% total de verbos	1,4	0,5	0,3
FN: N/100.000	5,5	1,2	1,2

5.2.1.10. ‘Decir’ + ‘aceptar o negar opiniones’’: *reconocer*, *negar*

ADESSE (en línea) define el verbo *reconocer* como «admitir o manifestar alguien la veracidad, el mérito o legalidad de algo, especialmente un hecho». Por su significado es un verbo productivo en el lenguaje de los medios de comunicación. En el plano modal, como señala Repede (2014: 552), «se centra en la evaluación de los actos del locutor originario y presupone la verdad de un discurso anterior de carácter ofensivo o contrario a los intereses del sujeto del verbo introductor». En otras palabras, la elección de este verbo por parte del redactor conlleva que el lector se haga una «imagen negativa del agente de la acción, en cuanto que activa presuposiciones relacionadas con la idea de cambio de actitud obligado por las circunstancias, rendición, etc.» (Vellón, 2014b: 126).

La comparativa entre los tres modelos periodísticos favorece a las noticias de los medios especializados en deportes, pues hacen un mayor uso de este verbo (representa un 8,3% con respecto al total de los verbos de lengua). La frecuencia normalizada va en la misma dirección, con una cifra mayor en estos medios: 21 casos por cada 100.000 palabras, frente a los 14 y 13 casos en la prensa generalista y especializada en economía, respectivamente, como se observa en el Tabla 120. Así, las cifras más significativas son las de *Sport* y *Marca*, con unas FN de 19 y 16 ocurrencias, respectivamente, frente a las 5 de *As*. En los medios económicos, las cifras son ligeramente inferiores: 15 casos en *Cinco Días* y 10 en *Expansión*.

Los datos globales en las cabeceras generalistas manifiestan que hay una predilección en el uso de este verbo en el EI, pues en todas las cabeceras el porcentaje es mayor en este tipo de citación –duplica e, incluso, llega a triplicar al ED–. Así, los

porcentajes de uso en el EI son los siguientes: *El País* (4,5%), *El Mundo* (4,7%), *ABC* (5,3%), *La Razón* (5,2%) y *El Periódico* (5,7%). En el discurso directo es menos utilizado, con cifras que van del 1,1% en *El Periódico* al 2,7% en *El Mundo*.

En cuanto a la aparición de este verbo por contexto temático, la sección privilegiada es la de deportes, tanto como introductor de cita directa como indirecta. En este último tipo, los números despuntan especialmente en *El Periódico* –donde *reconocer* representa un 12,7% con respecto a la totalidad de verbos empleados–, y en *La Razón*, donde supone un 14,3%. En *El País*, donde también es la sección que más uso hace de esta forma verbal representa un 6,2%. En *ABC* y *El Mundo*, a pesar de no ser la sección con el mayor número de ocurrencias (en *ABC* es cultura, con un 8,4%, mientras que en *El Mundo* es economía con un 8,9%), las cifras también son relativamente altas: 5,9% y 7%, respectivamente.

Tabla 120. Verbos *reconocer* y *negar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>reconocer</i>			
ED	124	109	13
EI	344	229	86
% total de verbos	3,8	8,3	3,6
FN: N/100.000	14	21	13
<i>negar</i>			
ED	11	1	0
EI	125	13	12
% total de verbos	1	0,3	0,5
FN: N/100.000	4	1	1,6

Como introductor de cita directa, el verbo *reconocer* también triunfa en los contenidos deportivos de *El Mundo* (7,7%), *ABC* (6%), *El País* (3,3%) y *La Razón* (3%). En *El Periódico* es la temática cultural la que obtiene los registros más altos (3%). Así pues, la predilección de los contenidos deportivos por el uso de este verbo revela que se trata de una temática en la que se cuestiona continuamente el trabajo de los deportistas o los resultados de las competiciones, tanto por parte de los rivales como de los propios seguidores:

(293) Márquez **reconoce** que no llegará «al cien por cien» al estreno del campeonato, pero se siente «muy animado». «Cuatro semanas sin subirte a la moto es una tortura», asegura. (Emilio Pérez de Rozas, «'El nº 1 te añade presión'», *El Periódico de Catalunya*, 11-03-14, 48).

(294) Para los demás restan 12 jornadas de tensión. “Y te condiciona más la sensación de riesgo que la de optimismo”, **reconoce** Setién cuando mira la mínima equidistancia que

mantiene a su equipo entre la gloria y el fracaso. (Juan Luis Cudeiro, «Atasco total en Segunda», *El País*, 18-03-14, 49).

(295) El equipo energético culpa a su suministrador de motores, Renault, pero lo cierto es que el mismo bloque funciona bien en otros monoplazas. En el seno de la escudería que ha dominado la escena de la Fórmula 1 en los últimos años **reconocen** que el diseño del coche puede que no sea acertado. (Fran Castro, «En busca de la fiabilidad», *La Razón*, 28-02-14).

(296) «Muchas veces en el Real Madrid, los jugadores hacían la cola delante del espejo antes de entrar en el terreno de juego mientras el árbitro les esperaba en el túnel», señala el portugués en la edición británica de la revista, en la que critica el interés de los jóvenes futbolistas por el dinero en lugar del amor por el deporte. Además, **reconoce** que en España sufrió mucho «estrés» al frente del Madrid. (S. D., «Mourinho tira un dardo hacia sus exjugadores», *ABC*, 06-03-14, 58).

Respecto a *negar*, la RAE define este verbo como «decir que algo no existe, no es verdad o no es como alguien cree o afirma» o «dejar de reconocer algo, no admitir su existencia». Se trata de una forma verbal con una carga connotativa evidente, en la que el hablante –el periodista– da como falsa o desmiente una información que el lector puede conocer de antemano porque se la ha presentado con anterioridad como verdadera. Normalmente, esa información previa ha sido ofrecida por otra fuente, de ahí que este verbo adquiera una función importante en la consulta a todos los implicados en una noticia y, por ende, en el contraste de opiniones. De esta forma, con la elección de este verbo frente a otros con un «potencial directivo menor» (Vellón, 2014b: 125), el periodista está sosteniendo –y alimentando– la dialéctica entre dos partes en conflicto.

En cuanto a los tres modelos de prensa, los datos más significativos se observan en los periódicos de información general, donde obtiene una FN de 4 ocurrencias por cada 100.000 palabras. Este dato no es trivial si lo comparamos con las frecuencias relativas de los especializados: los deportivos tienen una FN de 1 y los económicos, de 1,6.

Así pues, los datos obtenidos en los medios generalistas muestran que se trata de un verbo poco empleado en comparación con otros verbos de lengua, pero su uso tiene unos rasgos sintácticos y pragmáticos distintivos que se cumplen en prácticamente todas las cabeceras generalistas analizadas. Su empleo es mayoritario para introducir las estructuras del estilo reproducido; de hecho, las ocurrencias en ED han sido escasas (en *ABC* y *La Razón*, por ejemplo, no se ha recogido ningún caso). Así, los porcentajes de uso en cada cabecera, en comparación con el total de verbos, son los siguientes: *El País*, 1,9%; *El Mundo*, 1,9%; *ABC*, 1,4%; *La Razón*, 1,5% y *El Periódico*, 2,3%. Por secciones, este verbo aparece principalmente en las secciones de política, economía y deportes, como lo corroboran los datos. Así, en *El Mundo*, el verbo *negar* se localiza en los contenidos de

política (2,2%) y economía (2,1%); en *La Razón*, además de en la política (2%), también aparece en las noticias deportivas (1,9%); en *ABC*, predomina su uso en las noticias económicas (3,9%) y en las políticas (1,6%); en *El Periódico de Catalunya* el mayor porcentaje es para política (2,7%), seguido del de cultura (2,6%). Por último, en *El País*, destaca en deportes (2,8%) y política (2,7%). Si de partes en conflicto estamos hablando, los datos que nos ofrece el corpus reflejan su uso en unos tipos de noticias en las que son frecuentes las acusaciones entre políticos de distintas ideologías, las diferencias entre sectores sociales (por ejemplo, entre sindicatos, patronal y Estado, en el caso de las noticias económicas) o los rifirrafes competitivos entre equipos deportivos:

- (297) Asimismo, **negó que** pidiera información sobre la relación nominativa de los consejeros de Caja Navarra, como sostiene Nieves, que asegura que le reclamó esta información por «interés» de Barcina. Goicoechea detalló que sólo preguntó a quién le correspondería tener esta documentación por si tuviera que recurrir a ella porque, entre otras cuestiones, había muchas preguntas parlamentarias en torno al cobro de dietas ilegales y se le estaba acusando de «oscurantismo». (M. Alonso, «La consejera de Hacienda niega las acusaciones», *El Mundo*, 25-02-14, 9).
- (298) César Alierta **negó que** vaya a haber cambios en el accionariado del grupo o en su consejo de administración y mostró su confianza en que Bruselas apruebe la fusión entre Telefónica Alemania y E-Plus. «Estoy convencido de ello», sentenció. (Javier González, «Alierta carga contra la ‘regulación asimétrica’ que beneficia a internet», *ABC*, 28-02-14, 39).
- (299) Ante las críticas surgidas tras la derrota en el Nuevo Zorrilla, Bartomeu reiteró que la junta directiva apoya al primer equipo y **negó que** a los jugadores les faltara actitud. “Es normal que unos critiquen y otros alaben. La junta directiva, el club y los aficionados estamos con los jugadores. Queda muchísima temporada y estamos en ese tramo que nos gusta tanto y hay que apoyar al equipo”, resaltó. (J. Q., «Bartomeu: “Confiamos en los jugadores”», *El País*, 10-03-14, 47).

#### 5.2.1.11. ‘Decir’ + ‘solicitud’ o ‘petición’: reclamar

Con *reclamar*, nos encontramos con unas cifras discretas que llaman especialmente la atención en los medios económicos, que obtienen la FN más alta de los tres modelos: 4 casos por cada 100.000 palabras. De hecho, resalta especialmente en *Cinco Días* para introducir discurso indirecto, con 15 ocurrencias que suponen una FN de 5 casos. Escribano (2009: 26) lo define así: «clamar o llamar con repetición o con insistencia alguna cosa; pedir o exigir con derecho o con instancia alguna cosa». Los datos muestran la predisposición de este verbo para introducir citas indirectas, con unos porcentajes que superan el 80% en el caso de la prensa especializada. Con los datos registrados en las secciones de la prensa generalista, las temáticas política, económica y deportiva son las más proclives a su uso.

Así, en *El País* (1,5%) y en *La Razón* (0,6%) es la sección de política la que resalta; por su parte, en *El Periódico de Catalunya*, *El Mundo* y *ABC*, destaca deportes, con una FN de 3,8, 1,8 y 0,8, respectivamente. Cabe matizar, además, que en *ABC* y en *La Razón*, el área de economía también sale favorecida, con unas FN de 0,8 y 0,6, respectivamente.

No sorprende su aparición en tres secciones de gran peso ideológico, de manera que su uso contribuye a la modalización en unas páginas que marcan la línea editorial del medio, pues este verbo implica la intención ilocutiva de persuadir por parte del hablante, a la vez que mide su autoridad social (Repede, 2014: 169):

Su presencia en los textos periodísticos, a no ser que haya sido utilizada en primera persona por el protagonista de la información, en cuyo caso el periodista se limitaría a recogerla, es resultado de la interpretación del redactor, quien, a través de su uso, da a entender que la petición es justa y legítima. (Escribano, 2009: 27).

Con la elección de este verbo, el redactor se posiciona con la petición de la fuente, de ahí que se utilice como recurso persuasivo:

- (300) Rajoy, en uno de los discursos más claros de defensa del europeísmo, **reclamó** a la UE que se implique en este problema para evitar el auge del populismo. El presidente había pasado hasta ahora de puntillas por la tragedia de los inmigrantes que tratan de saltar de Marruecos a España y los 15 muertos en Ceuta. (C. E. Cué y F. Gualdoni, «Rajoy mantiene que la UE necesita una “verdadera política migratoria”», *El País*, 01-03-14, 6).
- (301) El secretario de Organización del PSOE, Óscar López, calificó de «insostenible» la «afición del PP a las cuentas en Suiza» y consideró que Granados «debe dimitir de todos sus cargos y dar explicaciones», mientras el secretario general del PSM, Tomás Gómez, **reclamó** que se tomen «responsabilidades políticas y judiciales». ) L. R. T, «Granados admite que tuvo un millón y medio en Suiza entre 1996 y 2000», *La Razón*, 20-02-14, 18).
- (302) En primer lugar, no comprenden cómo se sigue permitiendo una denominación de “ibérico” en el cruce de razas, algo que en otras especies domésticas no se permite de ninguna manera”. Los productores también **reclaman** que se establezca una distinción clara entre el cerdo ibérico (aquel que no procede de ningún cruce) y el cerdo cruzado con ibérico (que puede venir del cruce de varias razas). (Carlos Molina, «¿Es realmente ibérico todo el jamón que comemos?», *Cinco Días*, 10-04-14-33).

Tabla 121. Verbo *reclamar*

VERBO	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>reclamar</i>			
ED	36	1	5
EI	73	5	24
% total de verbos	0,8	0,1	1
FN: N/100.000	3	0,4	4



5.2.1.12. 'Decir' + 'modo de dicción': exclamar

El verbo *exclamar* apenas se emplea en el lenguaje periodístico. No se ha registrado ningún caso en los periódicos especializados en economía, mientras que en los deportivos la cifra absoluta es de 3 casos. Tampoco es remarcable el dato de la prensa generalista, con una frecuencia absoluta de 18 casos, lo que supone un 0,5 casos por 100.000 palabras. El rasgo semántico de 'modo de dicción' de este verbo hace que solo sea posible su uso en estilo directo, puesto que tiene que ver con el modo intenso de enunciación del mensaje. Velarde y de Lucas (2013: 335) lo ubican entre aquellos verbos que activan de forma explícita contenidos valorativos. De esta forma, destacan las secciones de política, deportes y sociedad. Los porcentajes más altos entre los periódicos de corte generalista, los encontramos en *ABC*, en la sección deportiva, con un 1% en *El Mundo*, en la sección de sociedad, con un 1,1%.

(303) De las consecuencias hablan las cifras de la Delegación del Gobierno melillense: 1.040 entradas irregulares en 2010, 1.940 en 2011 y 2.186 en 2012 (únicamente superado en la última década por las 3.666 entradas de 2013). «Y la Guardia Civil es la que nos protege», **exclama** el empresario Francisco desde lo más hondo de su ser. (Lucas Haurie, «El factor de uno por ciento», *La Razón*, 23-02-14, 28).

(304) Por solo 28,95 euros, la entrega incluye tres tintos con mucho carácter: Lignum Negre, de Albet i Noya; el Bernat Oller 2007, de Oller del Mas; y un Finca del Mar 2011, de la bodega Coll de Roses. «Bages, Empordà y Penedès, casi toda Catalunya representada», **exclamó**, orgulloso, nada más encontrarse con los bodegueros, Nandu Jubany, que les agasajó con un contundente almuerzo donde no faltaron productos locales y algunas de las propuestas gastronómicas del chef. (Marina Muñoz, «EL PERIÓDICO y el chef Nandu Jubany sirven la 5ª entrega de La Vinoteca», *El Periódico de Catalunya*, 07-03-14, 37).

(305) Carles Benavent narraba la disolución del sextet como un asunto sentimental. «Es como un matrimonio cuando se acaba», explicaba a este periodista en Soweto (Sudáfrica) mientras los músicos locales preguntaban ¿de dónde ha salido ese bajista? Cuando les contabas su «matrimonio» de dos décadas con Paco de Lucía **exclamaban**: «¡Ah! ¡Paco!». (José Manuel Gómez, «La guitarra del flamenco», *El Mundo*, 27-02-14, 20).

Tabla 122. Verbo *exclamar*

VERBO	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>exclamar</i>			
ED	18	3	0
EI	0	0	0
% total de verbos	0,1	0,07	0
FN: N/100.000	0,5	0,2	0

5.2.1.13. 'Decir'+ 'recomendación' o 'aviso': *advertir*

*Advertir*,—avisar, aconsejar o prevenir a alguien de algo que puede ocurrir— es un verbo productivo en el lenguaje periodístico, sobre todo en los medios de información económica y en los generalistas. Así lo indican las frecuencias normalizadas: 17 y 15, respectivamente, frente a los 5 casos por cada 100.000 palabras registrados en los deportivos. Este verbo, declarativo con «valor prospectivo» (Nigro y Tonelli, 2013), representa un 5% del total de los verbos de lengua en los diarios económicos, frente al porcentaje del 4% en los generalistas y del 2% en los deportivos. Así, las cifras de *Cinco Días* y *Expansión* son contundentes: el primero obtiene una FN de 15 casos, mientras que el segundo registra una FN de 10/100.000. Queda claro que no es un verbo tan habitual en deportes; sin embargo, cuando se usa en esta temática, se prefiere para introducir discurso directo. De hecho, resalta especialmente en *Sport*, con una FN de 5/100.000. Esta situación contrasta con lo que ocurre en los otros dos modelos, pues tanto en los económicos como en los generalistas predomina su uso junto a estilo indirecto, algo que, por otro lado, aporta una marca orientativa al lenguaje, es decir, hay una intención por parte del redactor: «la actitud del agente aparece con un carácter resolutivo, que le reviste de autoridad, con iniciativas con las que se implica en una acción ejecutiva que determinan su imagen como protagonista de la escena verbal y, por ende, de su labor en el ámbito público» (Vellón, 2013a: 126).

Si observamos los datos por secciones, en tres cabeceras son las de economía, en primer lugar, y política, en segundo lugar, las que recogen más ocurrencias: *La Razón* (5,4% y 3,8%), *El Periódico* (9,2% y 6,7%) y *El Mundo* (10,9% y 4,8%, respectivamente). Llamamos la atención las cifras elevadas de estos dos últimos periódicos en las páginas financieras, puesto que, por ejemplo, en *El Mundo*, esta cifra convierte a este verbo en el tercer verbo más usado en esta sección, por detrás de *asegurar* (con un 16,7%) y *señalar* (13,5%). En las otras dos cabeceras, *ABC* y *El País*, la sección de economía también obtiene unos porcentajes altos, obteniendo la segunda posición, con un 5,4% y con un 7,2%, respectivamente:

(306) La Comisión Europea aseguró ayer que todavía es pronto para valorar el impacto en los objetivos de déficit de la sentencia que declara ilegal el céntimo sanitario. Sin embargo, **advirtió** de que corresponderá a las autoridades españolas compensar cualquier posible desvío en la senda de la consolidación fiscal. (M. Serraller y M. Roig, «El

Tribunal de la UE declara ilegal el céntimo sanitario, que recaudó 13.000 millones», *Expansión*, 28-02-14, 28).

- (307) No obstante, la entidad no oculta la situación y **advierte** de que los inmuebles tienen unas «condiciones específicas» que «deberán ser expresamente aceptadas por el adquirente en el contrato de compraventa». (Marisa Recuero, «Se venden pisos ‘okupados’ con descuento», *El Mundo*, 07-03-14, 37).
- (308) Los expertos y los bancos **advierten** de que la remuneración seguirá a la baja a corto plazo. Lograr una buena rentabilidad en el banco sin asumir riesgos es cada vez más difícil y la situación no va a hacer sino empeorar. Los tipos de los depósitos –los productos de ahorro por excelencia para los hogares– se encuentran en mínimos históricos y van a seguir bajando durante un largo periodo, según advierten los expertos y las entidades. (Pablo Allendes, «El interés de los depósitos enfila hacia nuevos mínimos históricos», *El Periódico de Catalunya*, 03-03-14, 20).

Su aparición en esta temática viene determinada por un tipo de contenido en el que se especula habitualmente con cifras y en el que se analizan las variaciones de la economía y las consecuencias o riesgos, a corto y largo plazo, de las decisiones políticas y económicas. Por tanto, el sentido de inminencia de este verbo, su valor de consejo o aviso e, incluso, su significado de amenaza lo convierten en una elección idónea para transmitir las palabras de las fuentes económicas. Autores como Gómez Torrego (1999: 2119) también le atribuyen a este verbo un valor de admonición; sin embargo, según el *Libro de Estilo de El País* (2002: 175) ese uso no es frecuente en prensa. Es habitual, en cambio, el de amenaza: «aunque semánticamente es neutro con el significado de ‘hacer saber’, puede indicar una orientación ilocutiva de amenaza cuando se ponen en relación los discursos referidos con los contextos que se suponen conflictivos, de forma que las consecuencias de lo dicho se valoran negativamente para el destinatario» (Repede, 2014: 337):

- (309) La federación **advierte**<sup>149</sup> que la “dispersión de competencias que provoca la estructura regional española conlleva un volumen normativo que puede afectar a la competitividad”. (Alberto Ortín, «La alimentación tiene un plan para crear 60.000 empleos», *Cinco Días*, 14-03-14, 7).
- (310) En este sentido, **advierten** de que no aceptarán un acuerdo sobre un mecanismo que no sirva. «Un sistema de resolución inviable pondría en riesgo la unión bancaria y dejaría expuestos a los contribuyentes». (C. Herrero, «Los «cinco grandes» tratan de salvar el fondo de liquidación bancario», *La Razón*, 11-03-14, 33).

---

<sup>149</sup> Numerosos autores han tratado de dilucidar el uso queísta o dequeísta de este verbo. Cuando significa «percatarse» o «notar», es correcto su uso sin la preposición; sin embargo, cuando significa «avisar», debe usarse la preposición. No obstante, Gómez Torrego (1999: 2120) señala que si se usa en un sentido de amenaza, debe usarse sin la preposición, por lo que no hay una frontera nítida entre ambos usos.

Tabla 123. Verbo *advertir*

VERBO	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>advertir</i>			
ED	193	44	34
EI	325	41	89
% total de verbos	4	2	5
FN: N/100.000	15	5	17

#### 5.2.1.14. Conclusiones parciales

Del análisis de la proyección podemos establecer las siguientes conclusiones:

- a) En datos globales, los medios que hacen un mayor uso de la proyección son los generalistas (508), seguidos de los económicos (492). Los deportivos son los que menos casos registran (379).
- b) En la proyección de ideas obtiene la mayor FN la prensa económica (140 casos frente a los 123 de la generalista y deportiva).
- c) En la proyección de locuciones salen favorecidas las noticias generalistas con 385 casos; seguidas de las económicas (352) y de las deportivas (256).
- d) La proyección hipotáctica es mayoritaria para las construcciones con verbos de proceso mental, lo que significa que el estilo indirecto es el predilecto para este tipo de verbos.
- e) En las construcciones con verbos de lengua, el discurso directo y el indirecto registran cifras similares, aunque en los medios generalistas hay un despunte del segundo tipo: el EI supone un 53%, mientras que el ED alcanza el 47%. Por el contrario, en los especializados, los datos globales favorecen a las estructuras paratácticas: 51% frente al 49% de las construcciones hipotácticas.
- f) Hay un predominio de la proyección paratáctica de locuciones con respecto de la de ideas.
- g) En todos los medios predomina la proyección hipotáctica de locuciones, excepto en dos medios especializados (*As* y *Marca*), donde es mayoritaria la proyección hipotáctica de ideas.

Del análisis de los datos de la proyección de locuciones verbales, se obtienen las siguientes conclusiones:

- a) *El País* es el medio generalista que más proyección de locuciones verbales registra (407 por 100.000) en contraste con *ABC* (362 por 100.000).

b) De los medios especializados, *Cinco Días* (388) y *Sport* (297) destacan entre los periódicos de su clase.

b) La temática de política es la que más uso hace, en datos globales, de la proyección de locuciones verbales (hipotáctica y paratáctica). Obtiene frecuencias normalizadas que superan los 400 casos por 100.000 en todas las cabeceras, lo que prueba su dependencia a las fuentes informativas.

b) Las áreas de deportes y cultura ofrecen el número de ocurrencias de proyección de locuciones verbales más bajo. En especial, las noticias culturales registran frecuencias que no superan los 315 casos por 100.000, lo que manifiesta un menor interés por el periodismo declarativo.

c) En la proyección paratáctica de locuciones verbales, las secciones de deportes y sociedad salen favorecidas, mientras que economía es la que menos usos registra.

d) En la proyección hipotáctica de locuciones verbales, son las noticias políticas y económicas las que más casos registran.

e) Por secciones, el tipo de discurso directo es predominante en las temáticas de cultura y deportes y sociedad, mientras que en política y economía son mayoritarias las estructuras de estilo indirecto.

f) En los medios generalistas, en todos los periódicos excepto en *El País*, se observa un mayor uso del EI.

g) En la prensa especializada en economía es mayoritario el discurso reproducido, mientras que en la de deportes prevalece la cita literal.

El análisis de los verbos de locución verbal revelan las siguientes informaciones:

a) El verbo *decir* es el más empleado como introductor del discurso directo en la prensa generalista. Por su mayor uso destaca la sección de deportes, mientras que la de economía es la que recoge menos casos. La misma pauta se observa en los medios especializados.

b) *Aclarar* introduce discurso indirecto en los tres modelos de prensa y destaca el poco uso en la sección de política. Por modelos de periódico, se registran menos casos en las noticias deportivas.

c) El verbo *explicar* introduce discurso directo en los medios generalistas y en los especializados en deportes, pero es mayoritario como presentador de discurso indirecto en

el modelo económico. Los contenidos sociales y culturales hacen el mayor uso, mientras que las noticias políticas y económicas registran las frecuencias más bajas.

d) *Anunciar* introduce estilo indirecto y destaca en los modelos generalista y económico. Por secciones, su uso es mayor en la temática económica.

e) *Informar* presenta discurso indirecto en los tres tipos de medio; por áreas temáticas, los datos favorecen a las noticias de política.

e) *Declarar* introduce discurso directo en los generalistas y en los deportivos, mientras que en los económicos se usa por igual en las dos formas de introducir las citas. El área que destaca es política.

f) *Expresar* registra cifras discretas, pero destaca en los medios deportivos y generalistas para introducir citas directas. En estos últimos, se usa en las temáticas de política, deportes y sociedad.

g) *Manifestar* introduce discurso directo en los medios deportivos, pero se prefiere para el indirecto en los periódicos generalistas y económicos. Por secciones, destacan política y sociedad.

h) *Asegurar* es el principal introductor de discurso indirecto en la noticia generalista y las secciones de economía y política recogen el mayor número de casos. En la prensa especializada, los medios económicos obtienen las frecuencias más altas.

i) Todas las cabeceras generalistas (excepto *ABC*) utilizan *afirmar* como introductor de discurso directo, especialmente en las noticias políticas y económicas. Por modelos de medio, los generalistas y los económicos obtienen una FN más alta que la de los deportivos.

j) *Confirmar* es habitual en los modelos de periódico deportivo y generalista y se utiliza para introducir discurso indirecto. La sección de deportes es la que acumula el mayor número de ocurrencias.

k) Con *precisar* nos encontramos, por un lado, con una predilección por el estilo indirecto en los modelos generalista y económica y, por otro, introduce directo en los medios especializados en deportes. La sección que más lo usa es la de economía.

l) *Matizar* se emplea en los generalistas para introducir discurso directo, mientras que en los especializados es superior su uso para las citas reproducidas. Los datos de las secciones no han arrojado resultados concluyentes.

m) *Insistir* se emplea en las citas indirectas en los tres modelos de prensa, su uso es superior en los generalistas y no hay diferencias significativas entre los dos tipos de prensa especializada. Por áreas temáticas, destaca la sección de sociedad.

n) *Reiterar* introduce discurso indirecto y no hay diferencias significativas entre los tres modelos de periódico. Los datos no revelan información acerca de su uso según el tema tratado en la noticia.

o) *Señalar* precede al discurso directo en las noticias de la prensa deportiva, mientras que en la económica es más habitual su uso en las citas reproducidas. En la prensa generalista, se usa por igual en los dos tipos de discurso. Por áreas temáticas, sale favorecida la sección de economía.

p) *Apuntar* resalta en las noticias especializadas en economía, con unas frecuencias de uso que doblan las de los otros modelos. Su uso es mayoritario para introducir discurso directo en los medios deportivos; en los económicos se utiliza más para el discurso referido y en los generalistas se utiliza por igual en los dos tipos de cita. Por secciones, la tendencia que se cumple en todos los medios generalistas es que las noticias políticas son las que menos casos registran de este verbo.

q) *Confesar* se emplea en los medios generalistas y en los deportivos para las citas literales. En los primeros, cultura, sociedad y deportes son las temáticas que resaltan por frecuencia de uso.

r) *Contar* resalta como verbo introductor de estilo directo en la prensa generalista y en la deportiva, aunque en la económica hay más casos de EI. Su uso es más destacado en los contenidos culturales, sociales y deportivos.

s) *Relatar* presenta citas literales en los tres modelos y, como *contar*, destaca en los contenidos culturales, sociales y deportivos.

t) El uso de *replicar* destaca en ED de los medios generalistas y deportivos. Su uso es mayoritario en las secciones de política y deportes.

u) *Plantear* introduce discurso indirecto y su uso destaca en los modelos generalistas, aunque no hay datos concluyentes acerca de su uso por temática.

v) *Contestar* y *responder* son mayoritarios para presentar citas literales, aunque se prefiere el segundo. Los modelos generalistas los utilizan más, en especial en las secciones de política y deportes.

w) *Reconocer* y *negar* se emplean en construcciones de estilo indirecto en los tres modelos de periódico. *Reconocer* destaca tanto en las noticias especializadas en deportes como en la sección de deportes de los generalistas. Por su parte, la presencia de *negar* es mayoritaria en los medios de información general, especialmente en las áreas de política, economía y deportes.

x) *Reclamar* introduce discurso indirecto en las noticias políticas, económicas y deportivas. Apenas se registran casos en la prensa especializada en deportes.

y) *Advertir* introduce EI en los generalistas y económicos con unas frecuencias de uso superiores a los medios deportivos, en los que no hay diferencias en la preferencia por un tipo de cita u otro. Por áreas temáticas, economía y política son las que recogen más ocurrencias.

z) *Discutir* y *exclamar* no se emplean en el discurso periodístico para introducir citas.

**Tabla 124.** Cuadro-resumen resultados de la proyección de locuciones verbales

Tipo de medio	Uso de la proyección de locuciones
<b>Generalistas</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>El País</i>
	<i>El Mundo</i>
	<i>El Periódico</i>
	<i>La Razón</i>
<i>Periódico -</i>	<i>ABC</i>
<b>Sección</b>	
<i>Sección +</i>	Política
	Sociedad
	Economía
	Deportes
<i>Sección -</i>	Cultura
<b>Deportivos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Sport</i>
	<i>Marca</i>
<i>Periódico -</i>	<i>As</i>
<b>Económicos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Cinco Días</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Expansión</i>

En cuanto a los modelos comunicativos de los grupos empresariales, son significativos los datos del Grupo Prisa, pues dos de sus medios recogen las frecuencias más altas: *El País* (407) y *Cinco Días* (388). Los medios de Unidad Editorial ofrecen cifras moderadas en sus los tres periódicos de la muestra. Del Grupo Zeta, *Sport* se sitúa a la



cabeza, mientras que *El Periódico* ocupa una posición intermedia, por detrás de *El País* y *El Mundo*. Finalmente, es destacable, por defecto, la cifra de la cabecera de Vocento, *ABC*, ya que es la que menos proyección de locuciones verbales presenta.

**Tabla 125.** Resultados de la proyección de locuciones verbales por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	396				
<i>El País</i>		407			
<i>El Periódico</i>			394		
<i>La Razón</i>					388
<i>ABC</i>				333	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	266				
<i>As</i>		169			
<i>Sport</i>			297		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	325				
<i>Cinco Días</i>		388			

### 5.2.2. Certeza y modalización en la proyección de ideas mentales en la noticia

En el análisis de la proyección de ideas mentales se pretende esclarecer, por una parte, si el uso de los verbos de cognición afecta al grado de certeza y a la imagen de objetividad que se exige a la noticia informativa y, por otra, cuál es la importancia del proceso inferencial en la construcción de la noticia. Este tipo de construcción constituye, además, un signo evidencial, es decir, un mecanismo que contribuye a afianzar el principio factual, esto es, las propiedades veritativas del contenido (Boye y Harder, 2009: 16): no solo se muestra la fuente sino que presenta el mensaje como un contenido verificado y que fundamenta la veracidad de la información.

Tomando como punto de partida la tipología de ADESSE ya explicada en epígrafes anteriores, con el análisis interpretativo de esta relación lógico-semántica pretendemos entender y dar respuesta, principalmente, a estos aspectos:

- a) Presencia de los verbos de conocimiento y su relación con el grado de certeza y validez de la información.
- b) Presencia de los verbos de creencia y su relación con el grado de implicación y, por tanto, si hay o no inferencia por parte del periodista con respecto a la información que transmite de la fuente.
- c) Preferencia en el uso de los verbos de cognición o proceso mental.
- d) Variedad léxica en el uso de los verbos de cognición o proceso mental.

Como ya hemos planteado, en la proyección de locuciones verbales es predominante la hipotaxis, lo que demuestra que el estilo indirecto es el predilecto en la mayor parte del corpus analizado. Sin embargo, en la proyección de ideas mentales, el descenso de las estructuras paratáticas no es significativo para la caracterización del estilo periodístico, puesto que las estructuras formales de los verbos de proceso mental son normalmente hipotáticas. Así pues, como se observa en la Tabla 127, las frecuencias normalizadas en la parataxis van de los 9 casos en *La Razón* a los 22 de *El País*, frente a los 116 o los 124 casos que obtienen en las estructuras hipotáticas, respectivamente.

En datos globales, las cifras normalizadas por secciones en los medios de temática generalista coinciden básicamente en una sección: cultura (Tabla 126). Los contenidos culturales y de entretenimiento son los que menos casos de ideas mentales registran en todas las cabeceras analizadas, excepto en *El Periódico*, y destaca especialmente *ABC*, por

obtener el número de casos menor (57). Política, sociedad y deportes son las secciones más asiduas a la inclusión de verbos de proceso mental para introducir informaciones de las fuentes.

**Tabla 126.** Presencia de la proyección (tanto paratáctica como hipotáctica) de ideas mentales por medio y sección (en FA y FN)

Periódico	Cultura	Deportes	Economía	Política	Sociedad	TOTAL
<i>El País</i>	<b>121.157</b>	<b>145.285</b>	<b>98.361</b>	<b>353.914</b>	<b>185.893</b>	<b>904.610</b>
FA	127	171	152	566	303	1.319
FN	105	118	156	160	163	146
<i>El Mundo</i>	<b>105.639</b>	<b>96.722</b>	<b>68.841</b>	<b>342.391</b>	<b>44.283</b>	<b>657.876</b>
FA	91	110	82	474	44	801
FN	86	114	119	138	99	122
<i>La Razón</i>	<b>93.674</b>	<b>72.768</b>	<b>70.605</b>	<b>265.697</b>	<b>94.861</b>	<b>597.605</b>
FA	63	119	97	365	107	751
FN	67	164	137	137	113	126
<i>ABC</i>	<b>90.997</b>	<b>99.373</b>	<b>52.633</b>	<b>265.385</b>	<b>139.067</b>	<b>647.455</b>
FA	52	72	61	294	105	584
FN	57	72	116	111	76	90
<i>El Periódico</i>	<b>69.172</b>	<b>103.379</b>	<b>78.617</b>	<b>226.407</b>	<b>118.017</b>	<b>595.592</b>
FA	61	78	88	320	170	717
FN	88	75	112	141	144	120

**Tabla 127.** Frecuencia normalizada del uso de proyección de ideas mentales por medios generalistas y secciones

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>La Razón</i>		<i>ABC</i>		<i>El Periódico</i>	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<b>Cultura</b>	17	89	23	63	4	63	18	40	19	69
<b>Deportes</b>	24	94	27	87	18	146	15	57	9	67
<b>Economía</b>	10	144	9	110	13	125	2	114	15	97
<b>Política</b>	25	135	16	122	9	128	11	99	12	129
<b>Sociedad</b>	26	137	20	79	5	108	6	70	20	124
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>124</b>	<b>18</b>	<b>104</b>	<b>9</b>	<b>116</b>	<b>11</b>	<b>79</b>	<b>14</b>	<b>106</b>

**Tabla 128.** Frecuencia normalizada del uso de proyección de ideas mentales por medios especializados

	<i>Cinco Días</i>		<i>Expansión</i>		<i>As</i>		<i>Sport</i>		<i>Marca</i>	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<b>TOTAL</b>	9	122	8	138	8	80	10	105	20	119

Si los resultados en las estructuras de estilo directo no son relevantes desde un punto de vista gramático-pragmático, tampoco lo son desde un punto de vista funcional, pues no hay una tendencia clara en las cifras obtenidas de la que se puedan extraer conclusiones que esclarezcan la caracterización del estilo periodístico. El único dato relevante a este respecto es que en tres de los medios analizados (*El País*, *El Mundo* y *ABC*), la sección de economía es la que menos utiliza este recurso en sus informaciones. Son

interesantes a este respecto, en cambio, los datos recogidos en las estructuras introductorias de estilo indirecto. En este sentido, en la Tabla 127, también podemos ver cuál es la tendencia de los medios en el uso de los verbos de proceso mental para introducir estilo indirecto. El diario que más uso hace de la proyección de ideas mentales es *El País*, con una FN de 124 casos. Le siguen *La Razón* (116), *El Periódico* (106), *El Mundo* (104) y *ABC* (79). En lo que respecta a las secciones, en dos de las cabeceras, *El Mundo* y *El Periódico*, las noticias políticas son más proclives a este tipo de verbos en las citas indirectas, mientras que en *El País* y *ABC* son las noticias económicas las que obtienen las frecuencias más altas. En *La Razón*, si bien la sección de política ocupa una segunda posición, son los deportes los que recogen más ocurrencias, con una cifra normalizada que contrasta con lo obtenido por las demás cabeceras. De hecho, en *El País*, *ABC* y *El Periódico* las secciones de deportes y de cultura obtienen las cifras más bajas, con unas frecuencias normalizadas que, en el mejor de los casos, rondan el centenar.

En cuanto a los medios especializados (Tabla 128), destacan las cifras de las dos cabeceras económicas y de una deportiva. *Expansión* obtiene los resultados más significativos no solo de entre la prensa especializada, sino en comparación con los diez diarios analizados, con una FN de 138. Le sigue *Cinco Días* (122) y *Marca* (119). *As* y *Sport* tienen las cifras más bajas, con 80 y 105, respectivamente.

En el análisis de la variedad léxica de los verbos de comunicación, se ha constatado que, en muchos medios, las diferencias entre el estilo directo y el indirecto son mínimas (Tabla 129). Sin embargo, en los verbos de proceso mental hay datos significativos, más allá de los rasgos puramente gramaticales de algunos de los verbos analizados. Así pues, como cabe esperar, en todos los medios es superior la variedad léxica para introducir el estilo indirecto. No obstante, es sustancial la diferencia observada en la sección de economía de los medios generalistas, donde se recoge una gama muy limitada de verbos de proceso mental en la función analizada, en cifras que van de un solo verbo a cuatro. En los medios especializados (Tabla 130), son importantes los datos obtenidos en *Marca*, pues comportan la menor diferencia entre los dos tipos de introducir las declaraciones (16 verbos para estilo directo y 21 para indirecto).

**Tabla 129.** Variedad léxica en el uso de los verbos de cognición en ED y EI por medios generalistas y secciones

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>La Razón</i>		<i>ABC</i>		<i>El Periódico</i>	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<b>Cultura</b>	8	15	9	13	3	15	6	13	5	13
<b>Deportes</b>	11	16	10	15	7	14	9	15	4	13
<b>Economía</b>	4	16	4	13	4	14	1	10	4	13
<b>Política</b>	18	22	16	21	8	19	9	19	8	22
<b>Sociedad</b>	14	18	4	11	3	20	4	15	8	17

**Tabla 130.** Variedad léxica en el uso de los verbos de cognición en ED y EI por medios especializados

<i>Cinco Días</i>		<i>Expansión</i>		<i>As</i>		<i>Marca</i>		<i>Sport</i>	
ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
8	18	10	20	10	18	16	21	13	17

De los 30 verbos analizados (Tablas 131 y 132), únicamente se pueden considerar productivos (con matices) en el lenguaje de la prensa generalista el 60%, esto es, unos 17 verbos. En la prensa especializada, el porcentaje es inferior, pues no llega ni al 50%. Por otro lado, la variedad léxica es mayor en el estilo indirecto que en el directo, y esta diferencia se acentúa especialmente en los medios especializados. Así, verbos como *concebir*, *desconfiar*, *discrepar*, *evocar*, *presentir* o *suponer* (no como sinónimo de *significar*, sino con su valor de cognición) tienen poca o ninguna presencia en el lenguaje de la prensa generalista. En la especializada, a estos se suman otros: *averiguar*, *interpretar* y *rememorar*. En la tendencia opuesta, nos encontramos con una nómina de verbos que aparecen con frecuencia en el corpus y que, además, obtienen resultados similares en todas las cabeceras. Esta coincidencia en las cifras aporta información importante sobre la implicación del tipo de verbo de cognición más empleado en el mensaje periodístico.

De forma detallada, en todas las cabeceras generalistas y en tres de las cinco especializadas, los verbos más habituales para introducir citas en estilo directo son *recordar* y *considerar*. Asimismo, *opinar* es el tercer verbo más empleado en tres de las cabeceras generalistas, concretamente, en *El País*, *El Mundo* y *El Periódico*. En el estilo indirecto, los resultados en la prensa de información general también son esclarecedores, pues en las cinco cabeceras de referencia destacan las mismas formas léxicas: *considerar*, *creer*, *recordar* y *saber*. Se trata de los verbos de cognición más productivos, aunque hay un buen número de verbos con frecuencias interesantes que merecen análisis, como veremos más adelante. En lo que respecta a las formas más utilizadas para introducir el discurso indirecto en los medios de temática especializada, la preferencia no es unánime, pues

entran en juego otros verbos, además de los ya comentados, como *confiar* o *esperar*. Con todo, cabe ahora hacer un análisis exhaustivo de los verbos más productivos, según el proceso mental representado: conocimiento o creencia.

**Tabla 131.** Frecuencia absoluta verbos de proceso mental por medio generalista y estilo (ED-EI)

	EL PAIS		EL MUNDO		ABC		LA RAZÓN		EL PERIÓDICO	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<i>analizar</i>	9	3	10	1	2	2	4	5	2	4
<i>averiguar</i>	1	5	1	1	0	2	0	1	0	2
<i>comprender</i>	0	6	0	3	0	2	0	2	0	2
<i>comprobar</i>	0	25	1	21	0	13	0	25	0	25
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
<i>confiar</i>	0	17	0	8	0	19	0	13	0	14
<i>conocer</i>	3	22	8	21	2	2	0	10	1	3
<i>considerar</i>	45	187	18	118	16	89	8	111	21	130
<i>constatar</i>	4	14	2	18	3	11	0	10	5	23
<i>creer</i>	0	203	2	124	0	90	0	100	2	74
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	2	10	0	11	0	3	1	7	0	6
<i>entender</i>	7	72	1	44	2	23	0	40	0	33
<i>esperar</i>	4	49	3	28	0	18	1	40	0	33
<i>estimar</i>	1	25	0	27	0	13	0	17	1	25
<i>evocar</i>	0	0	2	0	2	0	0	0	1	1
<i>interpretar</i>	3	6	0	5	0	1	0	2	1	3
<i>intuir</i>	0	3	0	7	0	2	0	1	0	2
<i>opinar</i>	29	28	10	5	4	7	4	3	12	14
<i>pensar</i>	3	53	5	19	6	25	0	42	0	25
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	2	16	1	6	0	8	4	13	4	16
<i>razonar</i>	11	1	3	2	3	0	1	0	1	0
<i>recordar</i>	49	116	37	92	21	94	25	83	32	95
<i>reflexionar</i>	15	3	5	0	4	1	5	0	2	2
<i>rememorar</i>	8	0	6	0	2	0	1	1	0	0
<i>saber</i>	2	230	4	108	2	83	0	148	0	86
<i>sospechar</i>	1	21	0	11	0	6	0	14	0	6
<i>suponer</i>	1	1	0	1	0	0	0	8	0	7
<b>TOTAL FA</b>	<b>201</b>	<b>1118</b>	<b>120</b>	<b>681</b>	<b>70</b>	<b>514</b>	<b>55</b>	<b>696</b>	<b>85</b>	<b>632</b>

**Tabla 132.** Frecuencia absoluta verbos de proceso mental por medio especializado y estilo (ED-EI)

	AS		SPORT		MARCA		CINCO DÍAS		EXPANSIÓN	
	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI	ED	EI
<i>analizar</i>	1	2	2	3	24	5	1	0	1	7
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	2	0	1	0	2
<i>comprender</i>	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1
<i>comprobar</i>	0	8	0	17	0	22	0	6	0	5
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	4	1	15	1	30	0	15	0	22

<i>conocer</i>	0	8	0	3	0	21	0	3	0	3
<i>considerar</i>	1	18	3	58	21	95	6	85	9	102
<i>constatar</i>	1	0	0	0	0	3	1	5	0	8
<i>creer</i>	1	35	2	89	0	171	0	60	3	166
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	1	1	4	4	11	0	0	0	3
<i>entender</i>	0	29	1	38	6	75	0	17	0	17
<i>esperar</i>	1	33	4	38	11	98	2	29	2	58
<i>estimar</i>	1	2	0	1	1	7	3	31	0	36
<i>evocar</i>	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	1	0	2	0	2	1	1
<i>intuir</i>	0	0	0	2	0	8	0	0	0	0
<i>opinar</i>	2	1	3	3	8	6	1	7	9	18
<i>pensar</i>	6	22	3	20	9	86	0	15	1	18
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	1	1	0	3	3	1	25	3	30
<i>razonar</i>	0	0	2	0	7	0	1	0	1	0
<i>recordar</i>	9	8	15	45	60	49	12	59	4	50
<i>reflexionar</i>	1	1	5	0	12	0	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	68	0	97	4	337	0	23	0	32
<i>sospechar</i>	0	5	0	4	0	6	0	0	0	1
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
<b>TOTAL FA</b>	<b>24</b>	<b>248</b>	<b>43</b>	<b>438</b>	<b>177</b>	<b>1.038</b>	<b>28</b>	<b>385</b>	<b>34</b>	<b>580</b>

Para realizar el análisis de los verbos de proceso mental, se ha tenido en cuenta la clasificación establecida en la base de datos ADESSE. Aunque hay múltiples denominaciones para este tipo de verbos<sup>150</sup>, en el banco de datos de la Universidad de Vigo los llaman *verbos de cognición* y son, semánticamente, entidades dotadas de capacidad intelectual que realizan cualquier tipo de actividad cognoscitiva, ya sea objetiva o subjetiva. Dentro de esta clase, en la base de datos se distinguen dos subtipos: los *verbos de conocimiento*, que estarían en el polo de la actividad objetiva o que se pretende objetiva, y los *verbos de creencia*, que se enmarcarían en las actividades mentales subjetivas. ADESSE asume que las fronteras entre ambos tipos no siempre son claras; de hecho, verbos como *pensar*, *entender* y *considerar* no aparecen clasificados ni en uno ni en el otro subtipo, sino que se incluyen en la clase general de verbos de cognición. Para nuestro análisis, a diferencia de Estévez (2016)<sup>151</sup>, y según su uso en el lenguaje periodístico, estos verbos

<sup>150</sup> Entre otros, Maldonado (1999: 3564) da cuenta de las siguientes nomenclaturas: *verbos epistémicos*, *verbos de conocimiento*, *opinión y juicio* y *verbos de actitud proposicional*. Méndez (2001: 368), por su parte, los llama *verbos de aprehensión intelectual*. Estévez (2016) distingue entre *verbos de creencia u opinión* y *verbos de pensamiento*.

<sup>151</sup> Estévez (2016: 129) en su clasificación de verbos que introducen estilo directo enmarca a los verbos del tipo general de cognición dentro de los verbos de conocimiento, y lo justifica de la siguiente manera: «Han sido incluidos, bajo esta

tienden a introducir representaciones mentales subjetivas, por lo que los consideramos verbos de creencia y, como tales, los hemos analizado dentro de ese grupo.

Así pues, respecto a la información semántica recogida en la base de datos, los verbos de conocimiento se definen como «una entidad dotada de capacidad intelectual posee, aumenta, conserva, modifica o disminuye sus saberes sobre la realidad objetiva. Con frecuencia puede aparecer otra entidad que posibilita o provoca dicho proceso». Por su parte, en los verbos de creencia «una entidad dotada de capacidad intelectual adquiere, posee o elabora algún tipo de representación mental subjetiva, en general ideas o juicios sobre ciertos aspectos de la realidad. Con frecuencia puede aparecer otra entidad que posibilita, induce o provoca dicho proceso».

Entendemos, siguiendo a Méndez (2001), que los *verbos de aprehensión intelectual* son verbos de comunicación con el significado de ‘decir + articular fónicamente un acto de reflexión interior’. La autora identifica, entre ellos, a *estimar, estar persuadido, saber, creer, indicar, deducir, inferir, considerar o recordar*. A diferencia de Maldonado (1999), Méndez los considera introductores del discurso referido, pues, «son los más subjetivos de todos y por eso siempre introducen discurso indirecto en los textos periodísticos» (2001: 368).

Su uso tiene que ver con «la omnisciencia periodística» (Méndez, 2001), pues la noticia responde a las exigencias del texto narrativo, donde el periodista-narrador no solo cuenta los hechos que han sucedido, sino también los pensamientos, sensaciones, temores o deseos de los personajes que intervienen en esos acontecimientos: «expresan las reflexiones que, en voz alta, ha hecho cualquier personaje citado» (Méndez, 2001: 350). En este sentido, el uso de los verbos de proceso mental favorece la literaturización del texto informativo, contribuyendo a la dramatización que aportan otros verbos ya estudiados dentro de la proyección de locuciones verbales, como *confesar, contar o relatar*.

Reyes (2002: 19), por su parte, también incluye los *verbos de pensamiento y percepción* dentro de este paradigma de verbos que introducen citas, ya que, aunque no se construyen como los verbos de comunicación, porque no admiten, por ejemplo,

---

denominación, todos los verbos que, de algún modo, aluden a una actividad relacionada con la reflexión o con cierta calidad intelectual: desde referencias a la acción de imaginar, hasta la de reflexionar, considerar, discurrir o elegir. Se trata, como mencioné al comienzo del apartado, de aquellos que en ADESSE se incorporaban a la clase de verbos de cognición y la subclase de verbos de conocimiento y que aquí serán tratados de manera conjunta».



complemento indirecto, sí que «transmiten, verbalizándolos, los contenidos del pensamiento o la percepción».

Casado Velarde y de Lucas (2013) realizan un exhaustivo análisis de verbos valorativos introductores del discurso referido en dos periódicos españoles (*ABC* y *El País*) y también incluyen los verbos de cognición. En su clasificación, el criterio que siguen tiene que ver con su perfil evaluativo, con «la valoración que el periodista imprime con ellos en el discurso reproducido» (2013: 340), de forma que incluyen verbos de proceso mental, como *creer* o *considerar*, en el grupo de verbos con los que el narrador se distancia del valor de verdad del discurso introducido.

Repede (2014), por su parte, los considera en su estudio sobre los verbos en los textos periodísticos como *verbos de comunicación* porque transfieren información y expresan verbalmente conocimientos, creencias y actitudes:

La reproducción de un acto de habla es la representación verbal de una idea ajena al discurso que la incluye. Así, mediante un proceso metonímico normal, algunos verbos que designan la opinión (*creer*), el estado psíquico (*enfadarse*, *quejarse*), el efecto (*convencer*), la percepción (*observar*) etc. se convierten en sustitutos accidentales y después en equivalentes estables de los verbos de comunicación. [...]. El hablante tiende, como es bien sabido, a verbalizar sus pensamientos, deseos, sensaciones y, por tanto, a menudo expresa mediante palabras ideas procedentes de actos no verbales (2014: 8).

Atendiendo, pues, a estas interpretaciones, los verbos de proceso mental se analizan como verbos de comunicación que comparten el rasgo básico de 'decir', al que se le añaden otros valores que tienen que ver con la verbalización de un proceso mental, puesto que, como señala González Rodríguez (2003: 67), la proyección de ideas mentales se realiza a través de verbos que «representan procesos mentales y que expresan ideas, creencias, temores y especulaciones». En definitiva, pretendemos, a partir del análisis cuantitativo, mostrar la productividad de estos verbos en el lenguaje periodístico:

Se trata de verbos muy productivos para la construcción intencional de enunciados que remiten a un mundo posible, proyectado hacia un futuro en el que se evaluará la verdad o falsedad del contenido introducido por el argumento interno del verbo, en muchas ocasiones en forma de proposición subordinada. En otros contextos, sin embargo, estos verbos neutralizan gran parte de su carga modal para adoptar un sentido más extensional, aplicado a la verificación en el mundo real y

proyectado más sobre el sujeto y su actividad mental como objeto informativo, que sobre la posible realización futura propuesta por los complementos verbales (Vellón, 2013a: 128).

A continuación, hacemos un análisis detallado de los resultados de cada uno de los verbos de idea mental analizados<sup>152</sup>.

### 5.2.2.1. 'Decir' + 'articular fónicamente una actividad cognoscitiva objetiva u objetivable'

#### a) *Saber y conocer*<sup>153</sup>

ADESSE define el verbo *saber* como «conocer: tener noticia de algo verdadero o capacidad de hacer algo». Su uso, como era previsible, es mayoritario para introducir el estilo indirecto y apenas se registran casos en estilo directo. En las escasas ocurrencias encontradas, el verbo precede a las palabras de la fuente:

(311) Y cuando tenemos un volante más puesto como extremo, disponemos de más control y corremos menos», analiza el entrenador, quien no **sabe** «si es una evolución del equipo o la circunstancia de jugar con determinados jugadores». (Andrés Corpas, «Las dos caras del Barcelona», *El Mundo*, 22-02-14, 42).

En cifras totales (Tabla 133), su uso es predominante en los medios especializados en deportes, donde obtiene una FN de 32 casos por 100.000, una cifra cuatro veces mayor que la registrada en los medios económicos. Contrastan los datos del medio deportivo con más registros, *Marca* (FN de 39), frente a los de *Expansión* (8) y *Cinco Días* (7).

Se trata de un verbo que transmite información de una persona o entidad «tener conocimiento, noticia o estar informado de algo» (ADESSE, en línea). El periodista verbaliza esa información mediante el uso de subordinadas sustantivas, pero no deja patente si reproduce la expresión de una fuente directa o si es una inferencia del propio periodista. A este respecto, Semino, Short & Culpeper (1997) señalan que el uso de verbos como *saber*

---

<sup>152</sup> No hemos analizado de forma detallada los resultados de los verbos *concebir*, *desconfiar*, *discrepar* y *presentir*, al encontrar menos de 5 ocurrencias en todo el corpus. En concreto, no se ha registrado ningún caso de *desconfiar* y *presentir*; y únicamente se han detectado dos casos de *concebir* y cinco de *discrepar*. Estos datos constatan que se trata de verbos que no son habituales en el discurso periodístico.

<sup>153</sup> De todos los verbos de cognición analizados, *saber* y *conocer* no son verbos prototípicos del discurso referido, ya que no tienen de forma explícita el rasgo semántico de 'decir'. Sin embargo, su productividad en prensa, especialmente el primero, y su uso para transferir información de la fuente, nos ha llevado a incluirlo entre nuestra nómina de verbos de proyección de idea mental. Por otro lado, Halliday lo incluye en su clasificación (2014: 517) y ya hemos comentado que otros autores, como Méndez, también los contemplan en sus estudios.

en contextos como los que acabamos de ver están más cerca de la «narration of internal states» que del estilo indirecto: «in newspapers we have to assume that, if we can trust these reports at all, they must be based on inferences that the reporters have drawn from external events, such as the protagonists' behaviour and/or speech» (1997: 27). Esta cualidad del verbo le confiere un carácter literario a la forma de contar los hechos, ya sea como evidencia de certeza o, si aparece con la negación, como manifestación de duda o desconocimiento:

- (312) Una de las primeras decisiones que tomaron las nuevas autoridades fue el desmantelamiento de este cuerpo de élite, símbolo de la brutalidad de la represión de las protestas donde murieron decenas de personas. Desde la semana pasada ya no existe la estructura, pero **nadie sabe** bien qué hacer con quienes la integraban. Ellos tampoco. (Silvia Blanco, «La derrota de las Berkut», *El País*, 06-03-14, 5).
- (313) Osasuna salió volando y a los siete minutos Willy Caballero dejó su sello con una secuencia de dos paradas escalofriantes, una a Damiá (que hizo un partido colosal) y a los pocos segundos a Cejudo. Los rojillos **sabían** que en la noche de ayer tenían un foso duro de superar. (Carlos Cariñola, «Willy Caballero rescata el prestigio de Schuster», *As*, 11-03-14, 18).

Los datos obtenidos en las áreas temáticas de los medios generalistas prueban, precisamente, que las secciones de cultura y deportes son las más asiduas al uso de este verbo. De hecho, en *El País* y *El Mundo*, los contenidos culturales recogen el porcentaje más alto respecto al total de verbos de cognición analizados: el 34,3% en *El País*, y el 32,8% en *El Mundo*, y las noticias deportivas ocupan la segunda posición. En *La Razón*, *ABC* y *El Periódico*, las noticias deportivas son las que destacan, mientras que las culturales son, en este caso, las que están en segundo lugar. Por otro lado, también son significativos los porcentajes de sociedad en todos los medios generalistas. En este sentido, como ya hemos notado con el uso de otros verbos, la inclusión de las crónicas en nuestro corpus y el interés humano en las informaciones de tono social contribuyen a estos resultados.

Por otro lado, en cuanto a *conocer*, se ha encontrado un número de ejemplos más reducido y no hay diferencias significativas en cuanto a su uso por modelos de medio, ya que, tanto los periódicos generalistas como los deportivos, obtienen una FN de 2 casos, frente a los económicos, en la que esta es inferior, pues solo se han registrado 6 ocurrencias en todo el corpus. El dato más significativo lo encontramos en *As*, con una FN de 2,9 casos por 100.000. En cuanto a las secciones de los medios generalistas, llama la atención que en *El País* y *El Mundo*, las noticias políticas aparecen como las que hacen un

mayor uso de este verbo, tanto para introducir una inferencia del periodista como las palabras literales de la fuente:

(314) En el intento de entrada participaron unos 500 subsaharianos, que estuvieron agazapados entre los arbustos y pinos de Mariguari toda la madrugada hasta que salieron al amanecer de manera organizada en una hilera. Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad ya **conocían** que se iba a producir este nuevo salto y lo esperaban desde hace días. (Olga R. Sanmartín, «La Guardia Civil prohíbe disparar pelotas de goma a los inmigrantes», *El Mundo*, 25-02-14, 1).

(315) En dos ocasiones, primero en comisión ordinaria y luego en la de investigación, la ex directora de Hacienda, Idoia Nieves, reiteró su versión de que en una comida que mantuvo el 27 de septiembre de 2011 en un restaurante de Pamplona con Goicoechea, entonces consejera de Industria y Desarrollo Rural, Goicoechea le pidió el plan de Inspección de la agencia tributaria para **conocer** si “había empresas de su antigua asesoría”. (Javier Doria, «La consejera navarra niega que favoreciera a sus viejos clientes», *El País*, 25-02-14, 20).

Tabla 133. Verbos *saber* y *conocer*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>saber</i>			
ED	8	4	0
EI	655	502	55
% total de verbos	15,9	25,7	5,4
FN: N/100.000	19	32	7
<i>conocer</i>			
ED	14	0	0
EI	58	32	6
% total de verbos	1,7	1,6	0,6
FN: N/100.000	2	2	1

**b) Recordar, evocar y recordar**

*Recordar, evocar* y *rememorar* tienen en su significado «traer a la memoria», lo que «presupone un discurso anterior válido (al menos provisionalmente)» (Casado Velarde y de Lucas, 2013: 341). De los tres, el más productivo es *recordar*, con cifras interesantes, especialmente en los modelos de prensa generalista y económico (Tabla 134). *Evocar* y *rememorar* apenas devuelven ocurrencias en el corpus de análisis y, concretamente, en los medios económicos no se ha registrado ningún caso. Se trata, pues, de formas léxicas más propias de otros ámbitos, pues contienen un matiz positivo de ‘celebración’, mientras que *recordar* es, en este sentido, más aséptico o neutral, pues se puede usar para referir todo tipo de eventos.

Centrándonos, pues, en *recordar*, la prensa de información general destaca por el mayor número de ocurrencias por 100.000, con una FN de 19. Similar dato ofrece el

modelo económico, con una FN de 17 registros. Por el contrario, los medios especializados en noticias de deportes recogen menos ejemplos: 12 por cada 100.000. Su uso mayoritario se sitúa como introductor de EI en todos los modelos de periódico, aunque en el deportivo la diferencia con las estructuras de ED es escasa (84 ocurrencias en ED frente a 102 en EI). Así, entre los medios especializados, destacan *Sport*, con una FN de 11 casos en EI y *Marca*, con una FN de 7 en las estructuras de ED. Por otro lado, en la prensa económica, el medio que despunta es *Cinco Días*, con una FN de 19 ocurrencias de EI. Son interesantes, también, los porcentajes de uso con respecto a la totalidad de verbos. Destaca, a este respecto, la prensa generalista, en la cual el 15,4% de las estructuras de ED y EI están introducidas por *recordar*.

Por otra parte, si se analizan los datos por temáticas, se observa una congruencia en los resultados de las cabeceras generalistas. En todos los medios, de los verbos estudiados, es el más usado como introductor de ED. También son unánimes los datos del EI: las temáticas de economía y política registran las FN más altas en *El País* (21 y 14), *El Mundo* (17 y 18), *La Razón* (17 y 19) y *ABC* (29 y 21). En *El Periódico*, en cambio, son sociedad y política las más asiduas en el uso de *recordar* como introductor de EI, con unas FN de 20 y 18 casos, respectivamente. La comparativa entre los porcentajes de uso entre los verbos de cada sección va en consonancia con las FN, excepto en *El Periódico*, donde un 23,2% de las estructuras en estilo indirecto están precedidas por *recordar*.

En definitiva, con el verbo *recordar*, observamos dos fenómenos: de los verbos analizados, *recordar* es el más usado para introducir ED en todos los medios, tanto generalistas como especializados; no obstante, obtiene más ocurrencias como verbo introductor de EI en todos ellos. De esta forma, su función en el lenguaje de la noticia escrita está relacionada, por un lado, con la credibilidad, pues aporta validez a la noticia con una información que la fuente ya ha dado en otro momento y que es posible que el lector conozca. Por otro, también adquiere una función de resalte o enfatización de una información que vuelve a poner en valor más el propio periodista que la fuente, pues esa información que se recuerda, ya sea de forma literal o no, está al servicio de la contextualización de los hechos de la noticia:

(316) «Cualquier violación de la soberanía en Ucrania y de la integridad territorial sería profundamente desestabilizadora, lo cual no se encontraría entre los intereses de Ucrania, Rusia o Europa», **recordó** Obama, quien al cierre de esta edición reconsideraba

no asistir a la Cumbre del G-8 en Sochi en junio. (Marta Torres, «Obama: “La intervención militar tendrá un precio”», *La Razón*, 01-03-14, 22).

(317) “Desde Bankia estamos llevando a cabo una acción social sostenible y centrada en vivienda, nueva pobreza, empleo, desarrollo local y discapacidad, siempre con la filosofía de apoyar proyectos locales, cercanos y relativos a los problemas más acuciantes en el actual entorno socioeconómico”, aseguró Amalia Blanco, directora de comunicación y relaciones externas de Bankia, durante el acto de entrega de las ayudas, y **recordó** que la entidad realiza hasta 500 proyectos de RSC al año. (Rafael Durán, «La Fundación Caja Madrid renace para la acción social», *Cinco Días*, 14-03-14, 16).

(318) Los magistrados **recuerdan** que Garzón fue condenado por «destruir» la esencia de un proceso justo al haber hecho «ilusoria» la pretensión de una «defensa eficaz» por permitir la grabación de las conversaciones mantenidas en la cárcel entre los principales acusados de la trama de corrupción con sus letrados. (Margarita Batallas, «El Supremo niega a Garzón el indulto por su falta de contrición», *El Periódico de Catalunya*, 26-02-14, 219).

Tabla 134. Verbos *recordar*, *evocar* y *rememorar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>recordar</i>			
ED	164	84	16
EI	480	102	109
% total de verbos	15,4	9,4	12,2
FN: N/100.000	19	12	17
<i>evocar</i>			
ED	5	1	0
EI	1	0	0
% total de verbos	0,1	0,05	0
FN: N/100.000	0,2	0,1	0
<i>rememorar</i>			
ED	17	5	0
EI	1	0	0
% total de verbos	0,4	0,3	0
FN: N/100.000	0,5	0,3	0

### c) *Comprender y entender*

Los verbos de conocimiento *comprender* y *entender* se pueden considerar sinónimos. Ambos se definen como «percibir el sentido o significado de algo» (ADESSE: en línea), pero entre las acepciones del segundo está la siguiente: «opinar o creer algo sobre un asunto». En el plano enunciativo, Repede considera que ambos actúan como verbos declarativos «con valor atenuador quitando fuerza a la aserción» (2014: 295). Por sus rasgos semánticos, de los dos, el uso más extendido en la noticia escrita lo encontramos en *entender*, que obtiene unas frecuencias normalizadas aceptables, en comparación con *comprender*, cuyos registros son exigüos, con unas FN que no superan el caso por 100.000.

Sin embargo, *entender* alcanza la FN de 9 casos en los medios especializados en deportes, 7 en los generalistas y 5 en los económicos. El tipo de discurso en el que se inscriben ambas formas verbales es el indirecto. De hecho, por la propia naturaleza sintáctico-semántica del verbo *comprender*, no se ha registrado ningún caso de estilo directo, aunque de *entender* se han encontrado unos pocos ejemplos. No obstante, los porcentajes como verbo introductor de las palabras de la fuente favorecen al estilo indirecto en más del 95% de las estructuras analizadas en los modelos de medio generalista y deportiva. Así, como introductor de ED, lo encontramos en ejemplos como los siguientes (319 y 320), donde el verbo que da paso a las palabras de la fuente va acompañado de los dos puntos y se ayuda del pronombre *lo*, que funciona como mecanismo fórico:

- (319) Acostumbrados a manifestar los políticos sus afinidades futbolísticas —Wert y Lissaveztky son socios del Madrid, por ejemplo; Zapatero siempre reconoció su barcelonismo...— el asombro fue grande por la, a juicio de algunos, poca oportunidad del momento. Algunos, como Vicente del Bosque, en RNE, lo **entendió** rápidamente, en cambio: “Su mensaje es de unión y de que los territorios de nuestro país estén lo más unidos posibles”. (C. Navarro y D. Piferrer, «Cuestión de Estado», *Marca*, 05-03-14, 28).
- (320) En juego está salir de la zona de descenso y el ‘goal average’, que por ahora está a favor de los madrileños por el 0-1 logrado en el partido de la primera vuelta. Así lo **entiende** el técnico franjirrojo, Paco Jémez: “El partido tiene connotaciones especiales, porque nos estamos jugando la diferencia de goles con el Almería y seguir con nuestra dinámica alcista”. (X. Canals, «Partido psicológico por la permanencia», *Sport*, 15-05-14, 23).

En porcentajes, el medio que destaca por el uso de más estructuras de estilo indirecto con *entender* es *As*, con una cifra del 11,7%, frente a *Expansión*, periódico en el cual, de todas las construcciones de estilo indirecto, las introducidas por *entender* solo suponen un 2,9%. Por temáticas en los medios generalistas, no hay una sintonía en los datos de los periódicos analizados, pues en frecuencias normalizadas, en *El País* y *ABC*, son las noticias deportivas las que obtienen los datos más altos (13 y 6, respectivamente); en *El Mundo* y *La Razón* (FN de 8 y 9) lo hacen las informaciones de política. Finalmente, en *El Periódico* es la sección de sociedad la que destaca, con una FN de 10 casos por 100.000, la más alta de todas las registradas. Con la elección de este verbo, el periodista traslada la responsabilidad del mensaje a quien emite la declaración y se desvincula de ella, lo que favorece un discurso menos modalizado:

- (321) En el caso de Huete, la Sala Tercera del Supremo le revoca el indulto y ordena devolver la causa a la Audiencia Provincial de Granada, que le condenó a tres años y tres meses. El alto tribunal **entiende** que hay defectos formales, puesto que no consta que ese tribunal emitiese el preceptivo informe sobre el indulto. (José A. Hernández, «El

Supremo anula el indulto a otro conductor por defectos de forma», *El País*, 20-03-14, 14).

(322) Esos juristas **entienden** que esas nuevas herramientas legales de los guardias civiles tienen que sustentarse en criterios relacionados con la defensa de la soberanía, y dejar al margen las cuestiones relacionadas con la inmigración. (Mayka Navarro, «Interior tanea la vía de la seguridad nacional para sellar la frontera», *El Periódico de Catalunya*, 05-03-14, 30).

(323) Después del resultado tan arrollador de la ida, el club meditó rebajar algo los precios como ya hizo ante el APOEL hace dos temporadas. Al final han decidido mantener el precio de las localidades como en un principio estaban previstas. **Entienden** que se mantendrá el buen ambiente de Champions que siempre hay en el Bernabéu. (Carmen Colino, «Quedan 12.000 entradas para el Madrid-Schalke», *As*, 06-03-14, 18).

Tabla 135. Verbos *comprender* y *entender*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>comprender</i>			
ED	0	0	0
EI	15	2	2
% total de verbos	0,4	0,1	0,2
FN: N/100.000	0,4	0,1	0,3
<i>entender</i>			
ED	10	7	0
EI	212	142	34
% total de verbos	5,3	7,6	3,3
FN: N/100.000	7	9	5

#### d) *Comprobar, averiguar, constatar y analizar*

*Comprobar, averiguar y constatar* son verbos que implican procesos mentales similares y, además, comparten el rasgo de veracidad. Así, *comprobar* es, según la base de datos de ADESSE, «revisar o confirmar la veracidad de un hecho o un dato’ o ‘dar certeza a una suposición»; *averiguar*, por su parte se define como «llegar a conocer una verdad, indagando o haciendo las gestiones precisas». Finalmente, *constatar* significa «comprobar o hacer constar la veracidad de un hecho». Su uso es mayoritario, en todos los casos, para introducir el discurso indirecto. Así, cualquiera de las tres formas verbales podría utilizarse en el mismo contexto, aunque en el lenguaje de la noticia se prefieren, según los datos obtenidos, *comprobar* y *constatar*.

En primer lugar, respecto a *comprobar*, las noticias generalistas y las deportivas recogen las frecuencias más altas: 3 casos por 100.000, mientras que en los económicos la cifra de *constatar* es ligeramente superior a la de *comprobar*. La forma *averiguar*, sin embargo, no es tan habitual en la noticia, pues las frecuencias normalizadas no llegan al caso por 100.000.



El análisis de los resultados por áreas temáticas muestra una tendencia con un patrón claro de uso de estas formas verbales. Por un lado, nos encontramos con los datos de los verbos *comprobar* y *averiguar*, en los que salen beneficiadas las secciones de sociedad, deportes y política, en este orden. Así, en cuanto a *comprobar*, destaca en las noticias sociales en *El País* (FN de 4), *El Mundo* (5) y *El Periódico* (9); también obtiene las frecuencias más altas deportes, en *ABC* (6) y *El Mundo* (5), mientras que en *La Razón* son las informaciones políticas las que más casos registran (5). *Averiguar* resalta en tres de los medios analizados en las noticias de sociedad (*ABC*, *La Razón* y *El Periódico*) y, en los otros dos (*El País* y *El Mundo*), en política, aunque las frecuencias son menores (entre 1 y 2 casos):

- (324) Se conocían desde hacía años porque Ana María era una de las discípulas de Amelia Podetti, la profesora de Filosofía cuyas ideas compartía Bergoglio. El padre Jorge le dijo que deseaba ayudarla. Hizo gestiones y **averiguó** que estaba en la Escuela Mecánica de la Armada. (Juan Vicente Boo, «Cuando Francisco era Jorge Mario», *ABC*, 16-03-14, 66).
- (325) Los investigadores dieron prioridad al caso. No tardaron en **comprobar** que el sospechoso había abandonado España con la niña por vía aérea. (Mayka Navarro, «Liberada en Bolivia una niña de 9 años secuestrada en L'Hospitalet», *El Periódico de Catalunya*, 09-03-14, 35).
- (326) El Tata **comprobó** que, efectivamente, tenía números desconocidos a los que no había respondido. Cuando lo hizo, escuchó directamente la voz de Rosell. (Orfeo Suárez, «La suplantación como utopía», *El Mundo*, 08-03-14, 36).
- (327) Mientras, el vigilante de seguridad fue detenido, acusado de lesiones graves. Entregó el revólver y la policía **comprobó** que en su tambor había cinco cartuchos sin percutir y un casquillo. (Javier Barroso, «Algo más que un tiro en la pierna», *El País*, 02-03-14, 29).

Por otro lado, la forma *constatar* está más presente en los contenidos económicos y en los políticos. Concretamente, en *El Mundo* y *La Razón*, las noticias económicas registran 7 y 4 casos, respectivamente; en *ABC* y en *El Periódico*, resaltan las políticas (3 y 6 casos). Finalmente, en *El País*, las dos secciones recogen 2 casos por 100.000:

- (328) Respecto a los esfuerzos de contratación, la patronal **constata** que los afiliados al régimen general de la Seguridad Social cayeron en 2013 un 0,7%. Pero, aunque el saldo en la población activa es positivo –de 14,6 millones de personas en 1999 a 16,2 en 2013–, la cifra es desoladora: en 1999, España tenía unos 40 millones de habitantes; en 2013 bordeaba los 46,7 millones. (Ana Bravo, «Un siglo XXI con un magro balance para la economía», *El Mundo*, 24-02-14, 41).
- (329) Dejando de lado la relevancia de una décima arriba o abajo en una economía estancada y con casi seis millones de parados, Economía **constataba** ayer que para alcanzar el prometido límite del 6,5% de déficit se está sacrificando crecimiento. (Pablo R. Suanzes, «La 'extra' de Navidad resucita el consumo», *El Mundo*, 28-02-14, 30).
- (330) En diciembre, nada más conocerse la pregunta, EL PERIÓDICO publicó un sondeo que **constataba** que un 44% de los catalanes votarían a favor de la independencia y el 36%, en contra, con un alto porcentaje de indecisos (19,8%). Tres meses después, hay menos indecisos y esta bajada es directamente proporcional al repunte del independentismo.

(José Rico, «La mayoría de catalanes creen que no habrá referendo el 9-N», *El Periódico de Catalunya*, 09-03-14, 4).

(331) Becerril adelantó que propondrá una serie de «mejoras» para los CIE, con una serie de exigencias para que cumplan con «las condiciones humanitarias necesarias». El informe también **constata** que algunas de las mejoras que se habían sugerido no han sido atendidas al no haberse aprobado aún el reglamento que el Ministerio del Interior se comprometió tramitar casi al principio de la legislatura. (Manuel Vilaseró, «La Defensora se suma al aluvión de críticas a la Guardia Civil», *El Periódico de Catalunya*, 28-02-14, 5).

(332) Subraya que el déficit por cuenta corriente se ha convertido en superávit. Insiste en la mejoría en el sector bancario, gracias a la recapitalización de las entidades débiles y a la transferencia de activos al banco malo. Y **constata** que el ajuste en la construcción está llegando a su fin. (Claudi Pérez, «La Comisión saca a España del grupo de países con desequilibrios», *El País*, 05-03-14, 22).

En algunos de los ejemplos registrados, el verbo *constatar* introduce información que aporta cifras o procede de documentos e informes, lo que puede dar pistas del contexto de aparición de este verbo.

En segundo lugar, en cuanto al verbo *analizar*, nos encontramos con otro rasgo semántico, pues no entra en juego el concepto de veracidad como tal, sino que se pretende conocer un hecho en profundidad, en detalle. Así, en el plano modal «se caracteriza por tener como rasgo ‘expresar una aserción’ y se centra en el contenido del mensaje valorando su relevancia expresiva» (Repede, 2014: 350). En los datos obtenidos no hay diferencias significativas entre los tres modelos de medio, aunque destaca el deportivo, con una FN media de 2 casos. Sin embargo, llama la atención que en las noticias generalistas y deportivas este verbo se usa más para introducir discurso directo, mientras que en las económicas hay más ejemplos de estilo indirecto:

(333) “Siempre pienso más en dar asistencias en los partidos que en marcar goles, pero contra el Milan disparé y salió bien”, **analiza** un Turan que, a pesar de todo, ya ha puesto su rúbrica a tres dianas en lo que va de Champions, lo que le sitúa como tercer máximo goleador del Atlético en la competición tras Diego Costa y Raúl García. (Luis Aznar, «Arda prefiere las asistencias», *Marca*, 13-03-14, 16).

(334) “No creo que estén perdiendo gas a medida que avance la temporada. Lo están haciendo muy bien. Tienen un gran nivel, el entrenador maneja bien la plantilla, rota jugadores, y no les afectará. Luchan por el título de Liga y están en cuartos de final, no hay nada más motivador”, **analiza**. (“D. Piferrer y C. Navarro, «Ellos son leones y nosotros, guerreros”», *Marca*, 14-03-14, 32).

(335) Con respecto a la central nuclear de Garoña, los directivos de Endesa explicaron que es un activo “estratégico” para el grupo, pero para poder invertir en ella, y reabrirla, manifestaron la necesidad de que el marco normativo sea estable. De momento, Endesa **analiza** si la pide o no la licencia de reapertura. (Gabriele Cagliani, «Endesa pide más tiempo para cambiar los precios de la luz», *Expansión*, 13-03-14, 6).

Por temáticas, en los periódicos generalistas son las noticias deportivas las que obtienen las frecuencias más altas en tres de los medios analizados: *El Mundo* (6), *El País*

(5), *La Razón* (4), mientras que en *ABC* y *El Periódico*, solo se registran casos en las noticias políticas (FN de 1 caso en los dos medios):

(336) «La clave va a ser la intensidad en el medio del campo. Ellos son peligrosos con espacios, así que no tenemos que ofrecérselos», **analizó** el técnico argentino, consciente de que aunque los números le son favorables (sólo ha perdido un partido este año en el Calderón) el escudo que visita hoy el Calderón pesa, y mucho, en Europa. (Eduardo J. Castela, «Un partido para no vender», *El Mundo*, 11-03-14, 32).

Tabla 136. Verbos *comprobar*, *averiguar*, *constatar* y *analizar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>comprobar</i>			
ED	1	0	0
EI	109	47	11
% total de verbos	2,6	2,4	1
FN: N/100.000	3	3	1
<i>averiguar</i>			
ED	2	0	0
EI	11	2	3
% total de verbos	0,3	0,1	0,3
FN: N/100.000	0,4	0,1	0,4
<i>constatar</i>			
ED	14	1	1
EI	76	3	13
% total de verbos	2,2	0,2	1,3
FN: N/100.000	3	0,3	2
<i>analizar</i>			
ED	27	27	2
EI	15	10	7
% total de verbos	1	1,9	0,9
FN: N/100.000	1	2	1

#### e) *Reflexionar* y *razonar*

*Reflexionar* o «pensar atenta o detenidamente sobre algo» y *razonar*, «exponer razones o argumentos», según el *DRAE*, no son verbos usuales en la noticia escrita. Por los datos obtenidos, no se utilizan en los periódicos económicos y su uso es poco relevante en los medios generalistas y en los deportivos, especialmente en el caso de *razonar*. Ambos verbos introducen, principalmente, declaraciones en estilo directo. Así, por ejemplo, destaca *reflexionar* en los periódicos deportivos, donde las construcciones en EI suponen el 95% con respecto al total de estructuras.

En el caso de este verbo, en las noticias generalistas, no hay unos datos claros acerca de cuál es el área temática que recoge el mayor número de ocurrencias; sin embargo, en tres de las cinco cabeceras la sección de economía no registra ningún caso. Es destacable la sección de cultura de *El País*, que obtiene, con 3 casos, la FN más alta:

- (337) Fue Conesa quien encarceló a Alexis Mesón en Barcelona en 1973. “Dirigió la operación para detener a un comité del FRAP, estuvo en los interrogatorios y me dio las primeras hostias. A camaradas de esa época los sometieron a torturas similares a las de los años cuarenta. Pero cuando logras pasar de las palizas sin hablar y sabes que vas a ir a la cárcel aumenta la autoestima de saber que no han podido doblegarte ni humillarte”, **reflexiona**. (Tereixa Consten, «La posguerra del héroe cotidiano», *El País*, 05-03-14, 37).
- (338) “El otro día un padre contaba que su hijo creía que las vacas cagaban los tetrabricks. Entonces te preguntas: hay algo que estamos haciendo mal si el conocimiento no se transmite”, **reflexiona** el académico de ingeniería Manuel Silva. (Elisa Silió, «“En el XIX ya había bodegas de diseño en acero”», *El País*, 10-03-14, 56).

Respecto a *razonar*, este verbo implica, además de la ordenación de los pensamientos, su expresión. Su uso es anecdótico, por lo que no se pueden establecer unas conclusiones con respecto a la preferencia de las noticias por temática:

- (339) Con el fallo de la Sala, la madre no biológica pasa a ostentar la patria potestad sobre el niño y «tendrá capacidad de decisión sobre todas las cuestiones que le afecten hasta que este cumpla 18 años», mientras que la progenitora biológica «verá inevitablemente coartada su libertad en todo lo que se refiera a su hijo» y «tendrá la permanente interferencia» de su ex pareja. «Se crea, así, una situación potencialmente conflictiva en la que no se alcanza a ver ningún beneficio para el menor», **razonan**. (María Peral, « El TS declara a una lesbiana madre del hijo de su ex pareja de hecho », *El Mundo*, 06-03-14, 14).

Tabla 137. Verbos *reflexionar* y *razonar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>reflexionar</i>			
ED	31	18	0
EI	6	1	0
% total de verbos	0,9	0,9	0
FN: N/100.000	1	1	0
<i>razonar</i>			
ED	19	9	2
EI	3	0	0
% total de verbos	0,5	0,4	0,2
FN: N/100.000	1	1	0,3

5.2.2.2. 'Decir' + 'articular fónicamente una actividad cognoscitiva subjetiva'

a) *Creer, suponer y esperar*

*Creer* es otro de los verbos, junto a *saber*, *recordar* y *considerar*, de gran uso en el lenguaje periodístico. Llama la atención la FN de los medios especializados en economía donde obtiene una de las FN más altas registradas en todo el listado de verbos de este epígrafe: una media de 31 casos por cada 100.000 palabras. En especial, destaca el periódico *Expansión*, con una FN de 39 ocurrencias, en contraste con su homólogo *Cinco Días*, que se queda en la cifra de 19 casos. Los medios generalistas y los deportivos obtienen números similares: 17 y 19 casos, respectivamente. En estos últimos, *Sport* y *Marca* se desmarcan de *As*, pues obtienen el doble de casos, con 21 y 20, respectivamente, frente a los 11 de este último medio. Respecto a su uso en los medios generalistas, la sección de política sale favorecida respecto al resto de secciones, en todos los medios excepto en *El País*, aunque las cifras obtenidas por todos ellos es similar: 20 casos en *La Razón* y *El Periódico*; 21 en *El País* y *El Mundo* y 23 en *ABC*. En porcentajes con respecto a la totalidad de verbos por sección, llaman la atención los obtenidos en la sección de sociedad de *El País*, donde, de las construcciones de estilo indirecto, el 27,1% están introducidas por este verbo.

Así pues, entendemos que estos resultados vienen determinados por los temas que se tratan en las secciones que salen favorecidas: en la información política cobra relevancia la exposición de la ideología y, por ello, es habitual convertir en noticia las palabras del político; en la prensa económica se consulta a fuentes expertas, empresarios, consultores o inversores que aportan su punto de vista sobre cuestiones financieras, negocios, bolsa o sobre economía doméstica, por tanto, se trata de «asuntos discutidos o controvertidos donde existen opiniones dispares a las que cabe prestar, por parte del locutor, diverso grado de adhesión», como señalan Casado Velarde y de Lucas (2013: 341). Así, con el verbo *creer* «el narrador se desentiende (se distancia) del valor de verdad del discurso introducido (no se implica en él)» (Casado Velarde y de Lucas, 2013: 341), con lo que, aparentemente, es un verbo con una carga argumentativa menor:

(340) Pablo González, consejero delegado de Ábaco Capital, **creo** que la prima de riesgo puede reducirse entre 20 y 40 puntos básicos más en los próximos meses y liga este estrechamiento a la recuperación económica europea. “Mientras los tipos de interés

sigan bajos y la liquidez siga fluyendo vemos recorrido”, explica. (Alberto Roa, «La prima cae de los 170 puntos básicos y marca mínimos de septiembre de 2010», *Cinco Días*, 11-03-14, 18).

(341) La compañía presidida por Sol Daurella **cree** que la nueva oferta que realizó el martes podrá satisfacer a los empleados, que serán indemnizados con una cantidad muy superior a la que permite la reforma laboral: 45 días por año trabajado frente al mínimo legal de 20 días. (Sergi Saborit, «Coca-Cola se gastará 150 millones en el plan de ajuste», *Expansión*, 20-02-14, 4).

Sin embargo, con el uso de este verbo no hay garantía de que la afirmación que realiza la fuente informativa sea cierta, con lo que podría haber una intencionalidad por parte del periodista en su elección, como plantea de Lucas en su tesis doctoral sobre polifonía y argumentación (2017: 590-591):

En A *cree* B, el periodista valora B como incierto, inseguro, subjetivo, con la garantía única de A. No ocurre lo mismo, sin embargo, en A *afirma* o *asegura* B. Vemos, pues, una diferencia sustancial en la supuesta neutralidad de estos verbos [...] ¿Y si A dijo “*creo* B”? En otras palabras, alguien podría objetar que el periodista, cuando emplea el verbo *creer*, simplemente (quizás) reproduce un uso performativo<sup>154</sup> del enunciador como el del ejemplo. Esto, creo yo, no lo hace menos argumentativo, pues el periodista también podría interpretar que esa inseguridad o adhesión es impostada o limitarse a utilizar el archilexema *decir* para introducir el discurso ajeno, sin necesidad de entrar a valorar (o de presentar como cierto) que había una inseguridad en las palabras de A.

En los ejemplos extraídos del corpus de noticias, consideramos que, con el uso de *creer*, el periodista pretende distanciarse de los hechos y de las palabras de la fuente y, con ello, proyectar una mayor objetividad en el tratamiento de esa información.

Con el verbo *suponer*, «considerar como existente, cierto o posible una cosa, un hecho o una idea hipotética», según ADESSE (en línea), los datos obtenidos son insignificantes, pues en los medios especializados se han registrado únicamente dos casos, mientras que en los generalistas, la cifra normalizada no llega al caso por 100.000 palabras. En estos últimos, las FN más destacables se han encontrado en *La Razón* y *El Periódico*, concretamente en la sección de política, con 2 casos por 100.000 en ambos medios:

---

<sup>154</sup> Soler analiza en su tesis doctoral el uso performativo del verbo *creer* (2019: 65): «Existe un conjunto de verbos (*considerar, creer, juzgar, opinar, pensar, suponer*, etc., entre otros (Comesaña 2002) con ciertas similitudes sintácticas, que comparten rasgos de significado, y pueden intercambiarse en determinados contextos. Estos rasgos licencian la conformación de una categoría semántica peculiar. Lo que aúna este conjunto de verbos es, sobre todo, el compromiso epistémico que manifiestan: la introducción de una creencia o de un modo de presentar el conocimiento sobre lo dicho, que se atribuye, bien a otros, bien al propio hablante. Cuando el modo de conocimiento se atribuye al propio hablante, esto es, cuando nos encontramos ante la forma de primera persona del singular del presente de indicativo, se añade un valor de subjetividad a la cláusula, ausente en otras formas personales del paradigma. Esta es la principal característica de dichas formas, consideradas por algunas referencias bibliográficas como performativas (Lakoff 1972, Fraser 1975, Infantidou 2001, Cuenca 2015, González Ruiz 2015)».

- (342) Los pasos del presidente ruso cayeron como un jarro de agua fría entre muchos líderes de Occidente, que **suponían** que el jefe del Kremlin no tenía más remedio que tragar el golpe de la oposición prooccidental ucraniana que hace una semana derrocó al presidente proruso, Viktor Yanukóvich, elegido en el 2010. (Lev Ganin, «Putin ya puede invadir Ucrania», *El Periódico de Catalunya*, 02-03-14, 2).
- (343) El ministro de Defensa aseguró que no le consta que haya un «estado de ánimo» particular sobre Cataluña en el Ejército como institución, aunque **supone** que «como personas cada uno podrá tener su preocupación» como el «resto de españoles». (R. N., «Morenés: «La declaración de independencia sería inaceptable», *La Razón*, 18-03-14, 11).

Con la elección de este verbo, nos encontramos con dos posibles funciones en el plano modal. En el primer ejemplo, podemos entender que el escritor transmite la información de la fuente como probable, pues es obvio que el periodista no ha consultado a todos los líderes de Occidente para reproducir esa información, pero sí tiene indicios de que sea cierta o real esa suposición; por tanto, en este contexto, el discurso se nutre de la inferencia. Sin embargo, en el segundo ejemplo es más probable que el periodista refleje el uso performativo de *suponer*, pues el ministro de Defensa puede haber dicho explícitamente *supongo*. En este caso, el componente modal sería menor.

En este epígrafe, también hemos considerado el verbo *esperar*, cuyas frecuencias normalizadas llaman especialmente la atención en los medios especializados, dado que suponen el doble de casos que en los periódicos generalistas (12 frente a 5). En el tipo de discurso predilecto para este verbo, el *El*, los periódicos deportivos obtienen unas cifras similares: 11 casos en *As* y *Marca* y 9 en *Sport*. Por su parte, *Expansión* es el que obtiene las FN más alta: 14 casos, frente a los 9 de *Cinco Días*. Las FN por secciones en los medios generalistas están en consonancia con los resultados por modelos de medio, pues las temáticas de deportes y economía son las que salen favorecidas. Así, en *El País* y *La Razón* las noticias financieras registran la frecuencia más alta, con 16 casos. Igualmente ocurre en *ABC*, con una FN de 10 casos. En *El Mundo* y *El Periódico*, las noticias deportivas registran 7 y 6 casos, respectivamente. En los porcentajes de uso, destaca la sección de economía de *La Razón*, pues la proporción de uso es la mayor registrada por este verbo: de todas las estructuras en estilo indirecto, *esperar* supone el 12,5%.

Teniendo en cuenta el significado de este verbo, «creer que ha de suceder algo, especialmente si es favorable» (*DRAE*, en línea) no es de extrañar que su aparición sea mayor en las temáticas deportiva y económica, donde, como forma de contextualizar los

hechos, se alude a las consecuencias y a las expectativas que tienen al respecto los protagonistas de la noticia:

- (344) Se puso las gafas para leer el texto que tenía preparado para los periodistas en su primera conferencia de prensa como presidenta de la Reserva Federal. «Las condiciones del mercado laboral han continuado con la mejora», leyó Janet Yellen en el papel que tenía redactado mientras indicó que **espera** que la inflación se mueva de forma gradual al objetivo del 2 por ciento. (Marta Torres, «La Reserva Federal vuelve a recortar los estímulos en el estreno de Yellen», *La Razón*, 20-03-14, 28).
- (345) Precisamente en 2015, los analistas privados **esperan** que la construcción deje de restar en el PIB español y sume. Será un crecimiento de apenas tres décimas, pero “aumentará por primera vez desde que empezó la crisis”, explica el comunicado de Funcas. (M. V. Gómez, «Los analistas basan su mejora de las previsiones en el aumento del consumo», *El País*, 18-03-14, 23).
- (346) Crece despacio, con más personalidad en la faceta defensiva que en la creación. Su técnico **espera** que demuestre en los partidos el potencial que exhibe en los entrenamientos. (J. R., «Los balas sub’21 de Ancelotti», *El Mundo*, 18-03-14, 36).

Solo en el primero de los ejemplos (344) el periodista usa el verbo *esperar* porque es una expresión de la fuente. Sin embargo, en los otros dos ejemplos, desconocemos si el verbo procede del canal oral y del propio discurso de la fuente o si ha sido una elección de escritura del periodista de índole interpretativa. Con todo, es un verbo productivo, sobre todo en la redacción de noticias sobre eventos deportivos que tienen una continuidad porque forman parte de una competición, o en noticias sobre análisis de los mercados financieros, decisiones empresariales o políticas económicas, en las cuales se anticipa la perspectiva que tomará cierta cuestión o las previsiones resultado de la toma de decisiones.

Tabla 138. Verbos *creer*, *suponer* y *esperar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>creer</i>			
ED	4	3	3
EI	591	295	226
% total de verbos	14,3	15,1	22,3
FN: N/100.000	17	19	31
<i>suponer</i>			
ED	1	0	0
EI	17	1	1
% total de verbos	0,4	0,05	0,1
FN: N/100.000	0,5	0,1	0,1
<i>esperar</i>			
ED	8	16	4
EI	168	169	87
% total de verbos	4,2	9,4	8,9
FN: N/100.000	5	12	12



**b) Pensar y opinar**

Con *pensar* y *opinar* nos encontramos con dos verbos que podrían utilizarse en el mismo contexto, aunque hay un matiz: con el primero se tiene una opinión, con el segundo, se tiene y se expresa esa opinión. El rasgo de 'decir' es, por tanto, más potente en el segundo caso. Sin embargo, en el lenguaje de la noticia escrita se utiliza más el verbo *pensar*, «concebir ideas y reflexionar u opinar sobre ellas», y «creer, sospechar o tener cierta opinión acerca de algo o de alguien», según la base de datos de ADESSE (en línea).

Se observa otra diferencia en el tipo de discurso predominante en cada verbo. *Pensar* es más habitual para introducir estilo indirecto, pues en los tres modelos de medio este tipo de discurso supone el porcentaje más alto: 92% en los generalistas, 88% en los deportivos y 97% en los económicos. Sin embargo, *opinar* se prefiere para el estilo directo en la prensa generalista y en la deportiva, aunque no en la económica, donde las búsquedas han dado más resultados como verbo introductor de las palabras reproducidas (Tabla 139).

Dejando a un lado estas diferencias, ambos verbos actúan de la misma manera en el plano de la modalización, pues con su uso queda patente que el punto de vista del emisor de las declaraciones es personal y subjetivo, por lo que el lector tiene la licencia de cuestionar esa información, que se da como una opinión y no como un hecho, de manera que la afirmación pierde fuerza persuasiva. Al mismo tiempo, el periodista se desmarca y se distancia del discurso de la fuente. Así y todo, consideramos que *opinar* aporta más seguridad o certidumbre al discurso que *pensar*.

De este modo, en los registros del verbo *pensar* se produce un contraste entre los medios generalistas y los económicos frente a los deportivos, pues estos últimos obtienen las cifras más notables: una FN de 9 casos frente a los 5 casos registrados en los otros dos modelos. Los datos por áreas temáticas en los periódicos generalistas también son superiores en la sección de deportes, pues en tres de las cabeceras de análisis (*El País*, *ABC* y *La Razón*) obtienen las frecuencias más altas, en especial en este último periódico, donde supone una FN de 17 casos por 100.000.

Respecto a *opinar*, los datos favorecen, en este caso, a los medios especializados en economía, que obtienen los mismos resultados que con *pensar* (FN de 5 ocurrencias). Sin embargo, encontramos aquí una diferencia notoria: las noticias deportivas prefieren utilizar

*pensar* en lugar de *opinar*, pues la FN del segundo verbo es insignificante: 1 caso por 100.000. A este respecto, entendemos que el grado de certeza es mayor con el verbo *opinar*, lo que justifica su mayor índice de aparición en las noticias económicas. No obstante, en las noticias generalistas son los temas políticos, sociales y deportivos los que registran el mayor número de construcciones introducidas por *opinar* (tanto de ED como de EI, pues los números son similares), con frecuencias que destacan en la sección de política de *El País* (FN de 5):

- (347) La disertación es perfecta: “Su problema en Ducati fue que no les convenció para que le hicieran caso. **Pensó** que si pudo hacerlo cuando se fue de Honda a Yamaha le sería más fácil en Ducati, por ser italianos como él, pero todo lo contrario... Y se comió dos años malos sin decir una sola mala palabra de la moto. (Mela Chércoles, «Ezpeleta “Márquez ya tiene tirón internacional”», *As*, 06-03-14, 30).
- (348) Pero **piensa** que el crédito no será infinito: “La comunión total solo la dan los resultados positivos. Hay que ganar el domingo para que la tendencia de cambio se consolide, más ante un rival complicado y directo en la clasificación”. (F. Fernández, «Erice no renuncia a nada», *Marca*, 27-02-14, 57).
- (349) Sobre el tipo de inversor, los consultados **opinan** que la mayoría será de fondos oportunistas, un 56%. La cifra está ligada a lo que vivió el sector en 2013, ya que tres de cada cuatro participantes del Barómetro consideran que estos fondos fueron los más activos el año anterior. (Gustavo Arias, «Las oficinas y los locales comerciales, las estrellas de la inversión», *Expansión*, 20-02-14, 11).
- (350) EE UU también aprobó en 2012 una ley que impone límites a las inversiones, pero no son fijos sino que varían en función de los ingresos y el patrimonio de los inversores. “Es una fórmula muy interesante, está pensada para evitar blanqueo de capitales y bancarrotas sin frenar el desarrollo del crowdfunding. Pero en España se ha planteado una regulación muy proteccionista de las fórmulas tradicionales de financiación y de los bancos, lo que no parece muy conveniente dado el escaso crédito que los emprendedores logran por estas vías”, **opina** González. (Raquel Vidales, «Invierta en nuevas empresas, pero poco», *El País*, 11-03-14, 34.)

Tabla 139. Verbos *pensar* y *opinar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>pensar</i>			
ED	14	18	1
EI	164	128	33
% total de verbos	4,3	7,4	3,3
FN: N/100.000	5	9	5
<i>opinar</i>			
ED	59	13	10
EI	57	10	25
% total de verbos	2,8	1,2	3,4
FN: N/100.000	3	1	5

c) *Estimar y considerar*

*Considerar* es otro de los verbos más productivos en los tres modelos de periódico. Como señala Repede (2014: 247), se trata de un verbo de valoración, que implica «un tipo de conocimiento que compromete una actitud crítica ante los hechos y se asocia con juicios relativos a la evidencia interna y externa». Su uso es elevado para introducir las declaraciones de la fuente en discurso indirecto, pues supone el 85% de las apariciones en los medios generalistas y un poco más (87% y 93%, respectivamente) en los medios especializados en deportes y economía.

Así, las cifras en FN favorecen a los medios especializados en economía, que registran 27 casos por cada 100.000 palabras. Los medios de información general también obtienen frecuencias considerables en comparación con los medios deportivos: 22 frente a 12 casos por 100.000. De los dos periódicos económicos, destaca *Cinco Días*, con 27 ocurrencias, aunque *Expansión* le sigue de cerca, con 24. Por su parte, en la prensa deportiva se han encontrado más ejemplos en *Sport* (58 en datos absolutos), que suponen una FN de 14.

Por secciones, hay unanimidad en los resultados. En todos los medios, las frecuencias más destacables se registran en las temáticas económica y política, siendo la primera la que obtiene más casos en todos los medios, excepto en *El Mundo* y *El Periódico*. Así, los datos son los siguientes: en *El País*, economía registra 37 casos y política, 21; en *El Mundo*, 21 en política y 20 en economía; en *La Razón*, hay 37 en las noticias económicas y 25 en los contenidos políticos; en *ABC*, aparecen 30 ocurrencias en los temas económicos y 21 en los políticos; finalmente, en *El Periódico*, las cifras son de 31 casos en política y 23 en economía. En cuanto a los porcentajes, los más llamativos aparecen en las informaciones económicas de *ABC* y *La Razón*, con un 29,5% y un 27,7%, respectivamente, en cuanto a estructuras en estilo indirecto.

Respecto a su función en la noticia y su relación con los temas en los que aparece, suscribimos lo dicho en el análisis del verbo *creer*, ya que entendemos que la elección de este verbo responde a la voluntad del periodista de distanciarse de la declaración transmitida, información que, por otra parte, puede resultar interesada, tendenciosa y subjetiva, por estar basada en ideologías políticas o económicas. Por esta misma razón,

aparecen insertados en las declaraciones en estilo indirecto palabras entrecomilladas o «islotos textuales» (Méndez, 2001: 368):

- (351) El número dos de Hacienda **consideró** que cada comunidad puede difundir lo que «le dé la gana» pero al contener sus evaluaciones una «metodología dispar son de imposible comparación». (Patricia Martín, «Hacienda desoye la bronca entre comunidades por las balanzas», *El Periódico*, 07-03-14, 20).
- (352) En este mismo sentido **consideró** que los futuros gobernantes europeos deberán conseguir un mercado interior “plenamente eficaz e integrado”, en el que estimó que la libre circulación de personas será incluso más importante que la de bienes, servicios y mercancías. (Raquel Pascual, «Rajoy urge a la UE a acelerar la entrega del fondo del desempleo», *Cinco Días*, 01-03-14, 8).
- (353) Los portavoces de IU, Gaspar Llamazares, y de UPyD, Rosa Díez, **consideraron** que «lo lógico» es que se hubiera invitado a los que eran los máximos dirigentes del país cuando estallaron las bombas. (Luis Ángel Sanz, «Jorge Fernández: «Todo el que puso interés en ir al funeral asistió», *El Mundo*, 13-03-14, 9).

Otro verbo de valoración es *estimar*, «crear o considerar algo a partir de los datos que se tienen», según la RAE. En el plano modal, Repede señala que «el locutor realiza observaciones basándose en una situación dada. Puede expresar una valoración positiva por parte del hablante o señalar distancia en el decir» (2014: 463). Su significado como verbo de medida («calcular o determinar el valor de algo», *DRAE*), lo convierte en un verbo rentable en las noticias económicas, donde las tasas de interés, los indicadores económicos, las cotizaciones de bolsa o las ganancias empresariales requieren de explicaciones donde aparecen datos numéricos. Así, no es de extrañar el dato de los medios especializados en economía, que registran las frecuencias más altas de los tres modelos de prensa: 10 casos, frente a 3 en los generalista o 1 solo en los deportivos. La predilección por este verbo se produce también en las noticias económicas de los medios de información general, con unas cifras más discretas, pero también significativas. Así, destaca *El Periódico*, con 18 casos; le siguen *El Mundo*, con 13, *ABC*, con 11, *El País*, con 8 y *La Razón*, con una FN de 7 ocurrencias por 100.000.

- (354) Los analistas **estiman** que Abertis podría ingresar alrededor de 600 millones de euros con la venta de lo que queda de sus activos no estratégicos, lo que elevaría a más de 4.500 millones de euros la recaudación total de su programa de desinversiones. (Mark Odellft, «Abertis venderá los aeropuertos antes de final de año», *Expansión*, 10-03-14, 9).
- (355) “El euro se irá a la zona de 1,40 dólares en el corto plazo”, según XTB Explica que si rompe resistencias de 1,385 dólares, podría irse a la zona de 1,50 dólares. “Sería un aspecto muy negativo para las compañías exportadoras y positivo para las importadoras”, indica. Sin embargo, José Luis Martínez Campuzano, estratega de Citi en España, **estima** que a muy corto plazo el euro llegue a los 1,389 dólares. (Miriam Calavia, «El BCE alimenta la fortaleza del euro», *Cinco Días*, 10-03-14, 24).

Tabla 140. Verbos *estimar* y *considerar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>estimar</i>			
ED	2	2	3
EI	107	10	67
% total de verbos	2,6	0,6	6,8
FN: N/100.000	3	1	10
<i>considerar</i>			
ED	108	25	15
EI	635	171	187
% total de verbos	17,8	9,9	19,7
FN: N/100.000	22	12	27,5

d) *Interpretar* y *confiar*

Entre las acepciones del verbo *interpretar*, están «explicar acciones, dichos o sucesos que pueden ser entendidos de diferentes modos» y «concebir, ordenar o expresar de un modo personal la realidad» (DRAE: en línea). Su uso conlleva, pues, un componente subjetivo en la elección del verbo por parte del periodista, ya que da a entender que la información que transmite tiene otras posibles versiones y que no se trata de una verdad absoluta. Su uso, predominante para introducir el discurso referido, es limitado, más en los medios especializados que en los generalistas, donde las secciones de deportes y política son las que recogen la mayor parte de los ejemplos del corpus:

- (356) Con Arbeloa protagonizó la otra jugada polémica que más le irritó. Se midió en una carrera larga, forcejeando, y el colegiado **interpretó** que había derribado con su brazo al lateral madridista. (J. Moñino, «Diego Costa y la catapulta», *El País*, 03-03-14, 50).
- (357) Los autores **interpretan** que la gestión tributaria debería «mantener un grado elevado de centralización», pero «sin perjuicio de los mecanismos de coparticipación establecidos o que puedan establecerse». (Agustí Sala y Rosa María Sánchez, «Los sabios optan por el copago de los servicios en las autonomías», *El Periódico de Catalunya*, 15-03-14, 5).

En lo que respecta a *confiar*, «fiarse de alguien o de algo. Tener una certeza sobre algo futuro» (ADESSE: en línea), se trata de un verbo que, en el plano modal, tiene valor desiderativo, ya que «marca el deseo del hablante de que se realice lo expresado en el enunciado» (Repede, 2014: 400). El hecho de que el redactor lo utilice puede indicar que la fuente lo ha expresado explícitamente. Su uso es más elevado en los medios económicos, con una FN de 5 casos frente a los 3 de los deportivos y los 2 de los generalistas. Así, tanto en *Expansión* como en *Cinco Días*, las cifras son elevadas en comparación con otros verbos

(5 casos en ambos), mientras que en los deportivos el que obtiene los datos más relevantes es *Sport* (FN de 4).

Por secciones, los temas que aportan más casos son economía y política. Así, en *ABC*, *El País* y *La Razón* *confiar* aparece 8, 4 y 3 veces por 100.000, respectivamente, en las noticias económicas. En estos tres medios, las noticias políticas también destacan sobre las demás temáticas (FN de 3 en los tres medios). Por otro lado, en *El Mundo* destacan las noticias políticas (2), mientras que en *El Periódico* lo hacen las deportivas (4).

(358) Tanto UGT como CC.OO. **confían** en que los sindicatos que no han firmado el acuerdo pero que sí estuvieron presentes en el pacto de mediación reconsideren su posición. (Luis M. Ontoso, «Iberia se garantiza paz sindical durante al menos cuatro años», *ABC*, 15-03-14, 40).

(359) Aunque para la Fed es difícil discernir el impacto real de las nevadas en el consumo y la contratación, **confía** en que la debilidad que muestra la economía no se deba a los fundamentales. (Sandro Pozzi, «La Reserva Federal recorta por tercera vez seguida los estímulos económicos», *El País*, 20-03-14, 22).

(360) En este sentido, la entidad **confía** en que las exportaciones españolas continúen con su crecimiento, gracias a un mercado de trabajo más competitivo. (Javier G. Fernández, «Morgan Stanley pide una rebaja fiscal para que España crezca más», *La Razón*, 18-03-14, 29).

Tabla 141. Verbos *interpretar* y *confiar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>interpretar</i>			
ED	4	0	1
EI	17	3	3
% total de verbos	0,5	0,1	0,4
FN: N/100.000	1	0,2	0,5
<i>confiar</i>			
ED	0	2	0
EI	71	49	37
% total de verbos	1,7	2,6	3,6
FN: N/100.000	2	3	5

#### e) *Sospechar* y *dudar*

En cuanto a *sospechar* y *dudar*, se trata de verbos de suposición, pues la afirmación que presentan no se sabe con seguridad, pero sí hay pruebas o indicios de que podría ser cierta. Sin embargo, la información se transmite con indecisión, desconfianza, desconocimiento o falta de veracidad y el lector no puede saber la verdad o falsedad de la expresión de la fuente, al tratarse de hechos que aún no se han producido. Es lógico pensar que el uso de estos verbos es una traslación del discurso oral; sin embargo, también se

puede interpretar que hay una intencionalidad por parte del redactor, que se deriva de la forma en la que la fuente ha manifestado sus palabras. Esta última función se ve más clara con *dudar*:

(361) La Comisión Electoral Central de Ucrania también **duda** de que los cruceños puedan expresar libremente su voluntad y teme fraude en el recuento de votos. Considera además «técnicamente imposible» organizar la consulta como es debido en tan poco tiempo. (Rafael M. Mañueco, «El Parlamento ruso respalda la consulta independentista de Crimea», *ABC*, 08-03-14, 28).

Sin embargo, en ocasiones, el uso de *dudar* junto con la negación cumple la función contraria: aporta énfasis y fuerza a la información:

(362) De tenerlas tiesas en los derbis del año pasado, ya nadie alrededor de la selección **duda** de que Sergio Ramos y Diego Costa se van a convertir en íntimos ahí dentro. Para empezar Sergio, el único que se paró con los periodistas a la entrada de la Ciudad del Fútbol, empezó por reconocer que sí, que fue penalti. (Eduardo J. Castelao, «Con peto y a lo loco», *El Mundo*, 04-03-14, 42).

Si observamos los datos individuales de cada medio en cuanto al uso de *sospechar*, entre los especializados destaca *As*, con una FN poco significativa (2 por 100.000). Sociedad, cultura y deportes son las áreas temáticas que obtienen los registros más altos en los medios generalistas, con frecuencias normalizadas de 3 y 4 casos, pues en estas secciones se cuentan noticias relacionadas con investigaciones y tribunales, contextos en los que este verbo es habitual:

(363) Las autoridades **sospechan**, sin embargo, que las piezas declaradas no corresponden a la totalidad del botín y la Fiscalía ha comenzado una investigación sobre el hombre. **Sospechan** que puede haber vendido una parte, posiblemente a un comprador extranjero: «El lugar en el que fue encontrado estaba completamente destrozado por una excavación inadecuada», han declarado las autoridades sobre un asunto que no se aleja mucho de la interpretación wagneriana del mito. (José Pablo Jofré, «Hallan junto al Rin un tesoro 'de la época de los nibelungos'», *ABC*, 20-02-14, 48).

(364) En ese auto, el juez ya rechazó la personación del Barcelona como acusación particular, ya que el club no ha acreditado que sea perjudicado por estos hechos ni esté interesado en perseguir el delito, sino que, al contrario, en su escrito defendía que la querrela no se admitiera «al no existir perjuicio alguno». Ruz **sospecha** que se ocultó a los socios del club la cantidad por la que se fichó al futbolista brasileño. (Fernández-Miranda y J. Chicote, «El fiscal pide imputar al Barça por fraude», *ABC*, 20-02-14, 52).

El discurso reportado sale favorecido en ambos verbos, pues se han recogido más casos como formas introductoras de citas indirectas. Respecto al primero, *sospechar*, destaca en los medios generalistas, con una FN de 2 casos, frente a los datos que ofrecen los medios especializados, que son inferiores.

En cuanto a *dudar*, los datos obtenidos en los medios generalistas y en los deportivos son semejantes y escasos (FN de 1 caso por 100.000), pero son aún más exigüos en los periódicos económicos, que no usan este verbo en sus informaciones, como se puede comprobar con las únicas tres ocurrencias registradas en todo el corpus. Esto se debe, por un lado, a una cuestión de credibilidad de la propia fuente: si un experto, empresario o analista en materia económica no tiene seguridad en las afirmaciones que hace, supone mostrar debilidades ante su competencia. Por otro lado, depende de la voluntad del redactor, que evita quitar fuerza a la aserción de la fuente, por lo que opta por otros verbos con menor carga modal, como *creer*.

Tabla 142. Verbos *sospechar*, *dudar* y *discrepar*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>sospechar</i>			
ED	1	0	0
EI	58	15	1
% total de verbos	1,4	0,8	0,1
FN: N/100.000	2	1	0,1
<i>dudar</i>			
ED	3	5	0
EI	37	16	3
% total de verbos	0,9	1	0,3
FN: N/100.000	1	1	0,4

Esta interpretación se puede extrapolar a las áreas temáticas de los periódicos generalistas, pues las noticias económicas solo registran casos en *El País* (FN de 2); en el resto de medios, no se ha detectado ninguna ocurrencia. Finalmente, en cuanto a la temática que más usos obtiene, no hay unos resultados homogéneos, pues resaltan, en diferentes medidas, política, sociedad y deportes.

#### f) *Intuir y prever*

De *intuir* y *prever*, el que otorga más certeza a la información que presenta es *prever*. Así, *intuir* es «conocer o percibir por intuición» (ADESSE: en línea) o «percibir íntima e instantáneamente una idea o verdad, tal como si se la tuviera a la vista», según la RAE, mientras que *prever* es «ver con anticipación» o «conocer, conjeturar por algunas señales o indicios lo que ha de suceder» (DRAE: en línea). En ambos entra el factor del hecho futuro,



sin embargo, en *prever* se presuponen unos indicadores que se pueden entender como objetivos, a partir de los cuales se hace una interpretación de unos datos en forma de previsión. Por el contrario, en *intuir* hay un componente emocional y no existen tales indicios, sino que lo que se intuye se hace en base a la experiencia.

Los resultados obtenidos por estos dos verbos favorecen al discurso indirecto y se observa un contraste en su uso entre los dos modelos de prensa especializada. El verbo *intuir* no es muy habitual en el lenguaje de la noticia, sin embargo, la mayor frecuencia de uso se registra en los medios deportivos, donde destaca *Marca* (se han encontrado 8 ejemplos, que suponen una FN de 1 caso por 100.000). En cambio, en los medios económicos, no se ha registrado ningún uso. Con *prever* ocurre lo contrario. En los medios deportivos se registran solo 4 casos, que suponen una FN inferior a 1. Sin embargo, los medios económicos recogen el mayor número de ocurrencias: una FN de 8 casos por 100.000. Estas cifras están en sintonía con lo que hemos comentado anteriormente: la intuición no tiene una base racional, sino emocional y en los deportes se apela, precisamente, a los sentimientos y a las sensaciones, además de que el acontecer de los eventos deportivos es imprevisible, pues ningún resultado es seguro:

(365) Martino **intuye** que las críticas arrecian –«recibí algún mensaje de que me están triturando, pero no sé», apuntó– sin querer rebatirlas. (Joan Doménech, «El valor de los cuartos», *El Periódico de Catalunya*, 12-03-14, 56).

(366) El Espanyol aún no conoce las intenciones de Javier Aguirre en relación a su futuro. En los despachos **intuyen** que no seguirá a partir de junio, pero tampoco lo pueden asegurar ya que el técnico todavía no ha desvelado sus deseos porque, entre otros motivos, las dos partes pospusieron cualquier reunión hasta que el equipo tuviera los 42 ó 43 puntos que aseguran la salvación. (M. Carmen Torres y C. Navarro, «Técnico joven y... ¡curtido!», *Marca*, 20-03-14, 34).

Por otra parte, en las noticias económicas existen unas evidencias que no solo se basan en la experiencia, sino, especialmente, en datos y cifras que, aunque puedan proyectar informaciones equivocadas o revisables en el futuro, se extraen de los análisis que hacen las diferentes instituciones económicas y políticas:

(367) “Y la más sencilla pasa por recortar los tipos en marzo o abril”, sostiene José Luis Martínez Campuzano, estratega de Citi en España. “Si finalmente ocurre, no tiene sentido que el euríbor se mantenga por encima del 0,5%”. Así, este experto **prevé** que el indicador puede irse al entorno del 0,4% o el 0,3%. (Miriam Calavia, «El euríbor abaratará la hipoteca media un mes más», *Cinco Días*, 28-02-14, 17)

(368) David Ardura, subdirector de gestión de Gesconsult, estima que los fondepósitos todavía pueden arrojar una rentabilidad superior al depósito este año de entre 25 y 50 puntos básicos. En su opinión, “el mejor momento de los fondepósitos ya ha pasado”. Y

**prevé** que el producto de la gestora cierre este año con una rentabilidad en el entorno del 1,5%, frente al 2,3% logrado en 2013 para el fondo destinado al inversor institucional y el 2,01% en el fondepósito para clientes particulares. (N. Salobral, «Los fondepósitos aún le sacan medio punto de ganancia al ahorro a plazo», *Cinco Días*, 03-03-14, 19).

(369) Citi cree que a la compañía textil le pasarán factura las fluctuaciones de las divisas emergentes, debido a su exposición a Japón y Latinoamérica. **Prevé** que la empresa frene el crecimiento de su beneficio por acción en torno al 10% en 2014 y 2015 [...]. La empresa publicó sus cuentas en la jornada, que dejaron un buen sabor de boca, pero anunció que prevé una caída de su beneficio este año del 10% por el impacto regulatorio. (D. Esperanza, «Por qué los grandes valores se han quedado rezagados», *Expansión*, 20-02-14, 18).

Con el último ejemplo (369), podemos observar que *prever* es habitual en el léxico económico y que son las propias fuentes las que hacen uso de él, pues forma parte de las rutinas del sector.

En las áreas temáticas de los periódicos generalistas, las cifras van en el mismo sentido. En el tipo de discurso predominante, el EI, las FN más altas de *prever* se ubican en las noticias económicas de cuatro de las cinco cabeceras de análisis. Así, en *El País*, *La Razón* y *El Periódico* se registran 6 casos, mientras que en *El Periódico*, la FN es de 8 casos por 100.000. En *El Mundo*, es la sección de sociedad la que recoge la frecuencia superior: 5. Los porcentajes más altos en comparación a la totalidad de verbos que introducen EI destacan en la sección de economía de *ABC*, donde suponen el 6,7%.

Respecto a *intuir*, además de las noticias deportivas, que destacan en *El País* y *El Periódico*, también salen favorecidas las informaciones culturales en *El Mundo* (FN de 4), *La Razón* (1), *ABC* (1). Cabe señalar que en *El Mundo* y *ABC* las informaciones de temas sociales obtienen el mismo resultado que las culturales. Se trata de temas relacionados con los eventos culturales y el interés humano, en los que también tienen un papel importante las emociones. En cuanto a porcentajes, resalta la cifra de la sección de cultura de *El Mundo*, pues el 6,1% de los procedimientos de cita en EI están introducidas por este verbo:

(370) Cualquiera que haya leído el relato-collage familiar de Entresuelo (Mondadori), de Gascón, **habrá intuido** que Antón Castro no es un buen padre para odiarlo. Más claroscuros tiene el retrato de Manuel Vázquez Montalbán que aparece en *Recuerdos sin retorno* (Península), el último libro de su hijo, el novelista Daniel Vázquez Sallés. (Luis Alemany, «Padre nuestro», *El Mundo*, 19-03-14, 42).

(371) A principios de los años 30 sobraban los dedos de una mano, exactamente cuatro, para contabilizar las mujeres que estaban en una redacción de pleno derecho o, dicho de otra manera, cobrando por sus artículos y con nómina. La «privilegiada» fue Josefina Carabias, que desde muy joven **intuyó** que se le iba a quedar muy pequeño el destino que estaba preparado para ella. (Cecilia García, «Las pioneras del periodismo español», *La Razón*, 07-03-14, 69).

Tabla 143. Verbos *intuir* y *prever*

VERBOS	GENERALISTAS	DEPORTIVOS	ECONÓMICOS
<i>intuir</i>			
ED	0	0	0
EI	15	10	0
% total de verbos	0,4	0,5	0
FN: N/100.000	0,4	1	0
<i>prever</i>			
ED	11	4	4
EI	59	4	55
% total de verbos	1,7	0,4	5,7
FN: N/100.000	2	0,5	8

### 5.2.2.3. Conclusiones parciales

Del análisis de los datos de la proyección de ideas mentales, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- a) Las ideas mentales se proyectan hipotácticamente, lo que implica que se registran pocos casos de estilo directo con verbos de conocimiento o creencia.
- b) De los medios generalistas, *El País* es el que registra más proyección de ideas (FN de 146), mientras que *ABC* recoge el número menor (90).
- c) *Expansión* (146) y *Marca* (139) son los medios especializados que más proyección mental presentan.
- c) En los medios generalistas, en datos globales, las noticias políticas obtienen las frecuencias más altas. La sección de cultura es la que menos verbos de idea mental emplea en sus informaciones.
- d) En la proyección paratáctica, las noticias deportivas de los generalistas hacen el mayor uso, mientras que la sección de economía es la que obtiene las frecuencias más bajas.
- e) En la proyección hipotáctica de los medios de información general sale favorecida la sección de política, en contraste con los contenidos culturales, los que obtienen las frecuencias más bajas.
- f) La prensa especializada en economía hace un mayor uso de la proyección hipotáctica, mientras que la especializada en deportes destaca en la proyección paratáctica, al recoger más ejemplos de estilo directo.

En lo que respecta a los verbos de cognición, las conclusiones a las que llegamos después del análisis son las siguientes:

- a) *Saber* introduce estilo indirecto y su uso destaca en las secciones de cultura y deportes. Los periódicos especializados en deportes obtienen las frecuencias más altas, en contraste con los económicos.
- b) *Conocer* se emplea en construcciones indirectas y no presenta diferencias de uso en cuanto a las modalidades de medio. Por secciones, destaca política.
- c) *Recordar* destaca en la prensa económica y en la generalista para introducir EI, en concreto, en las secciones de economía y política. Este verbo es el más usado para el ED de toda la nómina de verbos analizados.
- d) *Comprender* y *entender* preceden a citas indirectas, aunque el segundo es mayoritario en la noticia deportiva y generalista. Por secciones, no hay datos concluyentes acerca de la temática que más uso hace.
- e) *Comprobar*, *averiguar* y *constatar* se utilizan en las declaraciones indirectas. *Comprobar* destaca en las noticias generalistas y en las deportivas, mientras que *averiguar* y *constatar* son más usados en las económicas y en las generalistas. Por secciones, el uso de *comprobar* y *averiguar* es mayoritario en sociedad, deportes y política. *Constatar*, por su parte, está más presente en los contenidos económicos y políticos.
- f) *Analizar* se emplea para ED en los generalistas y deportivos, pero en los económicos se detectan más casos en EI. Las secciones que más ejemplos muestran son deportes y política.
- g) *Reflexionar* y *razonar* aparecen en las noticias generalistas y especializadas en deportes para introducir citas literales, aunque no hay datos concluyentes sobre las áreas temáticas.
- h) *Creer* aparece en las construcciones de discurso referido y su uso es mayoritario en los medios económicos. Por áreas temáticas, la sección de política recoge más ocurrencias, aunque también son significativos los datos de economía y sociedad.
- i) *Suponer* introduce EI, aunque su uso es escaso en la noticia. Destaca su aparición en la prensa generalista.
- j) *Esperar* aparece con mayor frecuencia en los medios especializados y presenta declaraciones reproducidas. En los generalistas, salen favorecidas las noticias deportivas y económicas.
- k) *Pensar* es predominante para construcciones en EI y su uso es mayoritario en la prensa especializada en deportes.

l) *Opinar* se utiliza para introducir ED en los generalistas y deportivos, aunque en los económicos prevalece su uso para el EI, donde obtiene las frecuencias más altas de los tres modelos.

m) *Considerar* es uno de los verbos más productivos para ED en los tres modelos de medio. Destaca en los medios económicos, tendencia que también se cumple en las temáticas de los generalistas, pues economía y política son las secciones en las que más ejemplos se detectan.

n) *Estimar* es un verbo muy usado en las noticias económicas, tanto especializadas como generalistas, y es predominante su empleo como verbo introductor de EI.

o) *Interpretar* predomina en el discurso referido de los generalistas, donde las informaciones de deportes y política recogen la mayor parte de ejemplos.

p) El uso de *confiar* es más elevado en los periódicos económicos y para introducir EI. En las cabeceras de información general, los temas que recogen más casos son economía y política.

q) *Sospechar* se emplea en construcciones de discurso indirecto en los deportivos y generalistas. En estos últimos, los datos más significativos los ofrecen las informaciones de sociedad, cultura y deportes.

r) *Dudar* aparece junto a citas reproducidas y no es un verbo habitual en el lenguaje de la noticia.

s) *Intuir* presenta discurso referido y se utiliza en las noticias especializadas en deportes. En la prensa generalista, deportes y cultura muestran las frecuencias más destacables.

t) *Prever* aparece en los modelos económicos con unas frecuencias altas en comparación con los otros modelos. La tendencia es la misma en las noticias generalistas, pues la sección de economía ofrece las cifras más elevadas como verbo introductor de EI.

u) Los verbos *concebir*, *desconfiar*, *discrepar*, *presentir*, *evocar* y *rememorar* no son verbos habituales en el lenguaje de la noticia escrita en la función que estamos analizando.

**Tabla 144.** Cuadro-resumen resultados de la proyección de ideas mentales

Tipo de medio	Uso de la proyección de ideas
<b>Generalistas</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>El País</i>
	<i>La Razón</i>
	<i>El Mundo</i>

	<i>El Periódico</i>
<i>Periódico -</i>	<i>ABC</i>
<b>Sección</b>	
<i>Sección +</i>	Política
	Economía
	Sociedad
	Deportes
<i>Sección -</i>	Cultura
<b>Deportivos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Marca</i>
	<i>Sport</i>
<i>Periódico -</i>	<i>As</i>
<b>Económicos</b>	
<i>Periódico +</i>	<i>Expansión</i>
<i>Periódico -</i>	<i>Cinco Días</i>

En lo que respecta a los modelos comunicativos empresariales, en las corporaciones que tienen representación en los tres modelos de prensa, dos periódicos de Unidad Editorial (*Expansión* y *Marca*) destacan por registrar el mayor número de proyección de ideas mentales: 146 y 139, respectivamente. Por su parte en el Grupo Prisa, se ubican los dos medios con las cifras más contrastadas: *El País*, con 126 casos por 100.000, es el periódico que más ejemplos registra, y *As*, con 88 casos por 100.000, es el medio con la cifra más baja. Las cabeceras del Grupo Zeta (*El Periódico de Catalunya* y *Sport*) obtienen cifras moderadas, mientras que *ABC* es el medio de información general con menor proyección de ideas mentales. Finalmente, la cabecera del Grupo Planeta, *La Razón*, es la segunda, por detrás de *El País*, en el uso de la proyección de ideas.

**Tabla 145.** Resultados de la proyección de ideas por grupo empresarial (FN)

Tipo de medio	Unidad Editorial	Grupo Prisa	Grupo Zeta/Prensa Ibérica	Vocento	Grupo Planeta
<b>Generalistas</b>					
<i>El Mundo</i>	122				
<i>El País</i>		146			
<i>El Periódico</i>			120		
<i>La Razón</i>					126
<i>ABC</i>				90	
<b>Deportivos</b>					
<i>Marca</i>	139				
<i>As</i>		88			
<i>Sport</i>			116		
<b>Económicos</b>					
<i>Expansión</i>	146				
<i>Cinco Días</i>		131			

### 5.3. DISCUSIÓN

Tras el análisis detallado de los diferentes aspectos que abarcan la relación lógico-semántica de la proyección, en este epígrafe proponemos una caracterización de los estilos de la noticia a partir de los rasgos analizados. Así, en cuanto a los datos globales por modelos de medio, nos encontramos con situaciones muy diferentes según el tipo de proyección estudiado. Para empezar, respecto a la proyección de locuciones verbales hay divergencias en el uso de las dos construcciones prototípicas para incluir las palabras de la fuente (Tabla 146). Las construcciones de estilo directo con verbos de lengua son las predilectas en los medios especializados en deportes, mientras que se prefiere el discurso referido en los generalistas y en los económicos. Aun así, los medios de información general son los que obtienen el mayor número de casos (183 por cada 100.000 palabras), seguidos de los deportivos, con una FN de 151 ocurrencias. En contraste, los económicos recogen el menor número de estructuras de estilo directo con verbos de proceso verbal (134).

Por otra parte, en lo que respecta a las construcciones hipotácticas de locuciones verbales, de nuevo se produce un contraste entre las noticias de los dos modelos especializados: en esta clase son los medios económicos los que hacen un mayor uso de las citas referidas introducidas por *verba dicendi* (218) frente a los periódicos deportivos (104) y los generalistas, que se sitúan en una posición intermedia (202).

Los datos de la proyección paratáctica de ideas mentales discriminan a las noticias económicas, las que obtienen el menor número de estructuras (8 casos por 100.000). Frente a este dato, las noticias generalistas y las deportivas incorporan las ideas y creencias de la fuente por medio de citas directas con mayor énfasis, con cifras similares (16 y 15, respectivamente).

Finalmente, respecto al uso de verbos de cognición en estructuras de estilo indirecto, las cifras entre los generalistas y deportivos son, de nuevo, similares (107 y 108), en contraste con la de los especializados en economía, que registran el mayor número de ocurrencias (131).

**Tabla 146.** Peso de las relaciones lógico-semánticas de proyección en la noticia periodística (FA y FN por 100.000)

Tipo de medio		Generalistas	Deportivos	Económicos
Número de palabras		3.403.138	1.596.926	735.237
Proyección paratáctica de locuciones verbales	FA	6.221	2.415	986
	FN	183	151	134
Proyección hipotáctica de locuciones verbales	FA	6.891	1.666	1.603
	FN	202	104	218
Proyección paratáctica de ideas mentales	FA	531	244	62
	FN	16	15	8
Proyección hipotáctica de ideas mentales	FA	3.641	1.724	965
	FN	107	108	131

En este sentido, según los elementos analizados y los resultados obtenidos, proponemos una caracterización de la noticia a partir de las estrategias de la relación lógico-semántica de proyección. A continuación, se exponen los indicadores que hemos considerado factores clave para cada uno de los rasgos formulados:

- a) **Rasgo ± narrativo:** por un lado, los verbos de proceso verbal *confesar, contar, relatar* o *expresar* contribuyen a la narratividad de la noticia, puesto que aportan dramatismo a los hechos narrados. Por otro, el uso de los verbos de creencia y conocimiento reflejan un «efecto omnisciente» característico de los textos literarios:

No solo puede dotarse de *acceso interior*<sup>155</sup> un narrador de no ficciones mediante la *narrativización* del discurso de su fuente. No solo puede afirmar lo que siente, piensa o percibe su personaje sobre la base de lo que este dice. También puede enunciar lo que este, en un momento de la historia, ignora y situarse como un narrador omnisciente que sabe más que las personas sobre las que cuenta. El procedimiento es sencillo –y no infrecuente, además– pero la crítica periodística no ha logrado desentrañarlo. Se trata de un adelanto breve dentro del tiempo de la historia –lo que Genette llamó *prolepsis* (1989: 121)– pero *a través* de un supuesto acceso interior: se informa, entonces, de lo que el personaje *no sabe* en ese momento, con el consiguiente *efecto omnisciente* o, si se quiere, de manera más impresionista, *literario* (Saavedra, 2000: 168).

- b) **Rasgo ± declarativo:** la mayor o menor presencia de proyección, independientemente de su manifestación gramatical (hipotáctica/EI o paratáctica/ED) y del tipo de evento

<sup>155</sup> Los elementos en cursiva son del texto original.



(locutivo o cognitivo), marca el grado de relevancia de la incorporación de la fuente informativa en la construcción de la noticia.

c) **Rasgo ± cohesionado:** la reproducción referida de las palabras de la fuente conlleva un estilo más elaborado que el uso de las citas directas, estructura más sencilla que implica un estilo más segmentado y un menor esfuerzo cognitivo por parte del receptor.

d) **Rasgo ± modalizado:** la gradación entre la modalización y la objetividad la encontramos en el análisis de varios rasgos. Por un lado, en la semántica de verbos de proceso verbal que se mueven entre la neutralidad y la fuerza argumentativa. Por otro lado, en los verbos de proceso mental, que presentan una mayor o menor carga inferencial y cuyo uso manifiesta una intervención más o menos evidente por parte del periodista en el proceso de transmisión de la información, a partir de sus interpretaciones basadas en deducciones, suposiciones o conjeturas.

Para este análisis, hemos tenido en cuenta la propuesta de Schwanenflugel y otros (1994), quienes diferencian entre tres tipos de verbos de proceso mental: verbos de memoria, verbos de procesamiento no constructivo y verbos de procesamiento constructivo. López-Herrero *et al.* (2008: 136) utilizan esta misma clasificación aplicada a la lengua española:

Memoria: con verbos cuyos procesos utilizan información que está disponible en la memoria, siendo también verbos de certeza y no inferenciales. Hemos de mencionar aquí actividades como: *aprender, entender, memorizar, recordar y saber*.

Procesamiento no constructivo: con verbos que implican más memoria, menos inferencia y más certeza como, por ejemplo: *comparar, creer, decidir, describir y elegir*.

Procesamiento constructivo: formada por actividades mentales como *adivinar, cuestionar, estimar, pensar y razonar*; que implicarían menos memoria, más inferencia y se entenderían como menos ciertos o seguros [...].

Los procesos constructivos se consideran más dudosos e inferenciales que los procesos no constructivos, dado que usan información que está menos disponible en la memoria (Schwanenflugel, Fabricius, Noyes, Bigler y Alexander, 1994).

Basándonos, pues, en esta clasificación, hemos asignado una categoría a cada uno de los verbos de proceso mental (Tablas 147 y 148), teniendo en cuenta que cada una de

ellas tiene una implicación en el estilo de la noticia. Así, los parámetros que proponemos son los siguientes:

- a) Un mayor uso del verbo de lengua puro *decir* indica un mayor índice de neutralidad.
- b) Un mayor uso de los verbos + neutrales<sup>156</sup> implica un mayor índice de neutralidad.
- c) Un mayor uso de los verbos - neutrales implica un menor compromiso por transmitir el modelo de la retórica de la objetividad.
- d) Un mayor uso de los verbos con mayor carga modal indica un mayor grado de modalización y un mayor peso de la perspectiva del narrador en el relato informativo.
- e) Un mayor uso de los verbos de memoria implica un mayor grado de compromiso con la veracidad de la cita y, por tanto, una menor objetividad.
- f) Un mayor uso de los verbos de procesamiento no constructivo implica un menor grado de compromiso con la veracidad de la cita, pues el periodista se distancia de lo afirmado por la fuente, de forma que persigue fomentar una imagen de objetividad.
- g) Un mayor uso de los verbos de procesamiento constructivo implica el menor grado de compromiso con la veracidad de la cita y, por tanto, se traduce en la menor adhesión a lo dicho por la fuente, lo que supone una tendencia más decidida hacia un modelo de objetividad.

En esta gradación del factor de modalización, consideramos que las citas en estilo directo contribuyen a una mayor objetividad que el discurso reproducido:

---

<sup>156</sup> La etiqueta de verbos +/- neutrales es nuestra. Los + neutrales son verbos puramente declarativos, mientras que los - neutrales son verbos de comunicación que hacen algún tipo de valoración sobre el proceso verbal o añaden alguna otra información o comentario sobre el acto reproducido (Reyes, 2002: 17).

Tabla 147. Gradación del factor modalización en periódicos generalistas (Datos en FN por 100.000)

	Tipo de discurso + verbo introductorio	El País	El Mundo	ABC	La Razón	El Periódico
Grado máximo de neutralidad +	ED, verbo de proceso verbal puro ( <i>decir</i> )	904.610	657.876	647.455	597.605	595.592
	El, verbo de proceso verbal puro ( <i>decir</i> )	58	51	29	48	56
	ED, verbos de proceso verbal + neutrales <i>afirmar, anunciar, contar, contestar, declarar, explicar, expresar, informar, manifestar, plantear, relatar, responder</i>	32	35	32	32	21
Grado mínimo de neutralidad -	El, verbos de proceso verbal + neutrales <i>afirmar, anunciar, contar, contestar, declarar, explicar, expresar, informa, manifestar, plantear, relatar, responder</i>	82	69	55	68	80
	ED, verbos de proceso verbal - neutrales <i>aclarar, apuntar, asegurar, confirmar, matizar, negar, precisar, señalar</i>	64	58	64	62	66
	El, verbos de proceso verbal - neutrales <i>aclarar, apuntar, asegurar, confirmar, matizar, negar, precisar, señalar</i>	51	46	31	46	40
Grado máximo de compromiso con la veracidad de la cita +	ED, verbos de proceso verbal + modalizados <i>advertir, confesar, discutir, exclamar, insistir, reclamar, reconocer, reiterar, replicar</i>	72	76	72	79	73
	El, verbos de proceso verbal con carga + modalizados <i>advertir, confesar, discutir, exclamar, insistir, reclamar, reconocer, reiterar, replicar</i>	20	23	15	17	16
	ED, verbos de proceso mental. Verbos de memoria: certeza y no inferenciales <i>analizar, averiguar, comprender, comprobar, conocer, constatar, entender, evocar, recordar, rememorar, saber</i>	30	38	36	33	40
Grado mínimo de neutralidad -	El verbos de proceso mental. Verbos de memoria: certeza y no inferenciales <i>analizar, averiguar, comprender, comprobar, conocer, constatar, entender, evocar, recordar, rememorar, saber</i>	9	11	6	5	7
	ED, verbos de proceso mental. Verbos de procesos no constructivos: más memoria, más certeza y menos inferenciales <i>concebir, creer, discrepar, dudar, esperar, interpretar, prever, razonar, reflexionar, sospechar, suponer</i>	54	47	36	54	46
	El verbos de proceso mental. Verbos de procesos no constructivos: más memoria, más certeza y menos inferenciales <i>concebir, creer, discrepar, dudar, esperar, interpretar, prever, razonar, reflexionar, sospechar, suponer</i>	4	2	1	2	2
Grado mínimo		34	29	20	31	25

de compromiso con la veracidad de la cita	ED, verbos de proceso mental. Verbos de procesos constructivos: menos memoria, menos certeza y más inferenciales <i>confiar, considerar, desconfiar, estimar, intuir, opinar, pensar, presentir</i>	9	5	4	2	6
	EI verbos de proceso mental. Verbos de procesos constructivos: menos memoria, menos certeza y más inferenciales <i>confiar, considerar, desconfiar, estimar, intuir, opinar, pensar, presentir</i>	35	28	24	31	35

**Tabla 148.** Gradación del factor modalización en periódicos especializados (Datos en FN por 100.000)

	Tipo de discurso + verbo introductorio	As	Sport	Marca	Cinco Días	Expansión
		309.627	415.810	871.489	314.773	420.464
Grado máximo de neutralidad +	ED, verbo de proceso verbal puro ( <i>decir</i> )	39	38	42	20	24
	EI, verbo de proceso verbal puro ( <i>decir</i> )	17	20	13	15	16
	ED, verbos de proceso verbal + neutrales <i>afirmar, anunciar, contar, contestar, declarar, explicar, expresar, informa, manifestar, plantear, relatar, responder</i>	28	44	59	48	43
-	EI, verbos de proceso verbal + neutrales <i>afirmar, anunciar, contar, contestar, declarar, explicar, expresar, informa, manifestar, plantear, relatar, responder</i>	23	38	19	72	52
	ED, verbos de proceso verbal – neutrales <i>aclarar, apuntar, asegurar, confirmar, matizar, negar, precisar, señalar</i>	22	38	56	59	55
	EI, verbos de proceso verbal – neutrales <i>aclarar, apuntar, asegurar, confirmar, matizar, negar, precisar, señalar</i>	25	69	30	116	101
Grado mínimo de neutralidad	ED, verbos de proceso verbal + modalizados <i>advertir, confesar, discutir, exclamar, insistir, reclamar, reconocer, reiterar, replicar</i>	6	14	23	12	8
	EI, verbos de proceso verbal + modalizados <i>advertir, confesar, discutir, exclamar, insistir, reclamar, reconocer, reiterar, replicar</i>	9	36	25	44	27
Grado máximo de compromiso con la veracidad de	ED, verbos de proceso mental. Verbos de memoria: certeza y no inferenciales <i>analizar, averiguar, comprender, comprobar, conocer, constatar, entender, evocar, recordar, recordar, saber</i>	4	4	11	4	1
	EI verbos de proceso mental. Verbos de memoria: certeza y no inferenciales <i>analizar, averiguar, comprender, comprobar, conocer, constatar, entender, evocar,</i>	40	49	59	37	30

la cita +	recordar, rememorar, saber								
	ED, verbos de proceso mental. Verbos de procesos no constructivos: más memoria, más certeza y menos inferenciales <i>creer, concebir, discrepar, dudar, esperar, interpretar, prever, razonar, reflexionar, sospechar, suponer</i>	1	3	4	1	1			
-	El verbos de proceso mental. Verbos de procesos no constructivos: más memoria, más certeza y menos inferenciales <i>creer, concebir, discrepar, dudar, esperar, interpretar, prever, razonar, reflexionar, sospechar, suponer</i>	24	32	33	29	54			
	ED, verbos de proceso mental. Verbos de procesos constructivos: menos memoria, menos certeza y más inferenciales <i>confiar, considerar, desconfiar, estimar, intuir, pensar, presentir, opinar</i>	3	2	5	3	5			
Grado mínimo de compromiso con la veracidad de la cita	El verbos de proceso mental. Verbos de procesos constructivos: menos memoria, menos certeza y más inferenciales <i>confiar, considerar, desconfiar, estimar, intuir, pensar, presentir, opinar</i>	15	24	27	49	47			

Tomando en consideración, pues, todos los factores explicados, en las Tablas 149 y 150 exponemos el resultado del análisis de los indicadores de la relación lógico-semántica de la proyección y su vinculación con el rasgo del estilo por área temática y por modelo de medio, y también por cabecera. Para realizar este análisis, hemos seguido los mismos criterios que en el anterior capítulo (vid. supra Capítulo 4):

**Tabla 149.** Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la proyección

Rasgo e indicadores del estilo (proyección)		Modelos de noticia		
		Generalista	Especializada en deportes	Especializada en economía
<b>±declarativo</b>	Uso de la proyección global	Estilo + declarativo en política Estilo - declarativo en cultura	Estilo - declarativo	Estilo + declarativo
<b>±narrativo</b>	Uso de verbos que aportan dramatismo al relato	Estilo + narrativo en cultura y sociedad Estilo - narrativo en economía y política	Estilo + narrativo	Estilo - narrativo
	Uso de verbos que favorecen el efecto omnisciente	Estilo + narrativo en política y economía Estilo - narrativo en deportes y cultura	Estilo - narrativo	Estilo + narrativo
<b>± cohesionado</b>	Uso de proyección hipotáctica (estructuras en estilo indirecto)	Estilo + cohesionado en política y economía Estilo - cohesionado en deportes y cultura	Estilo - cohesionado	Estilo + cohesionado
	Uso de la proyección paratáctica (estructuras en estilo directo)	Estilo - cohesionado en deportes y sociedad Estilo + cohesionado en economía y cultura	Estilo - cohesionado	Estilo + cohesionado
<b>± modalizado<sup>157</sup></b>	Uso de verbo de comunicación puro <i>decir</i>	Estilo + neutral en deportes Estilo - neutral en economía	Estilo + neutral	Estilo - neutral
	Uso de verbos de comunicación + neutrales <i>afirmar, anunciar, contar,</i>	Estilo + neutral en política y sociedad Estilo - neutral en	Estilo - neutral	Estilo + neutral

<sup>157</sup> Para la caracterización de los rasgos de este factor, se han tenido en cuenta los datos de las Tablas 147 y 148. Así, se han considerado, conjuntamente, las frecuencias normalizadas de los verbos como introductores de ED y de EI.

	<i>contestar, declarar, explicar, expresar, informar, manifestar, plantear, relatar, responder</i>	deportes		
	Uso de verbos de comunicación - neutrales <i>aclarar, apuntar, asegurar, confirmar, matizar, negar, precisar, señalar</i>	Estilo + modalizado en economía y política Estilo - modalizado en deportes y cultura	Estilo - modalizado	Estilo + modalizado
	Uso de verbos de comunicación con mayor carga modal <i>advertir, confesar, discutir, exclamar, insistir, reclamar, reconocer, reiterar, replicar</i>	Estilo + modalizado en política y economía Estilo - modalizado en cultura y deportes	Estilo - modalizado	Estilo + modalizado
	Uso de verbos de memoria: certeza y no inferenciales <i>analizar, averiguar, comprender, comprobar, conocer, constatar, entender, evocar, recordar, rememorar, saber</i> (una mayor frecuencia indica un estilo más comprometido con la veracidad de la fuente)	Estilo + comprometido con la veracidad de la fuente en deportes y sociedad Estilo - comprometido en economía y cultura	Estilo + comprometido con la veracidad de la fuente	Estilo - comprometido con la veracidad de la fuente
	Uso de verbos de procesos no constructivos: más memoria, más certeza y menos inferenciales <i>concebir, creer, discrepar, dudar, esperar, interpretar, prever, razonar, reflexionar, sospechar, suponer</i> (una mayor frecuencia indica mayor distancia con la fuente y, por tanto, un estilo menos comprometido)	Estilo - comprometido con la veracidad de la fuente en economía y política Estilo + comprometido en cultura y deportes	Estilo + comprometido con la veracidad de la fuente	Estilo - comprometido con la veracidad de la fuente
	Uso de verbos de procesos constructivos: menos memoria, menos certeza y más inferenciales <i>confiar, considerar, desconfiar, estimar, intuir, opinar, pensar, presentir</i> (una mayor frecuencia indica mayor distancia con la fuente y, por tanto, un estilo menos comprometido)	Estilo - comprometido en economía y política Estilo + comprometido con la veracidad de la fuente en cultura y deportes	Estilo + comprometido con la veracidad de la fuente	Estilo - comprometido con la veracidad de la fuente

Tabla 150. Rasgos e indicadores del estilo a partir del análisis de la proyección por medios

Rasgo e indicadores del estilo (proyección)		Gradación	Medios		
			Generalistas	Especializados en deportes	Especializados en economía
± declarativo	Uso de la proyección global	+	<i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>La Razón/El Periódico</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-	<i>ABC</i>		
± narrativo	Uso de verbos que aportan dramatismo al relato	+	<i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>ABC/La Razón</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-	<i>El Periódico</i>		
	Uso de verbos que favorecen el efecto omnisciente	+	<i>El País</i> <i>La Razón</i> <i>El Mundo</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-	<i>El Periódico</i> <i>ABC</i>		
± cohesionado	Uso de la proyección hipotáctica (estructuras en estilo indirecto)	+	<i>La Razón</i> <i>El País</i> <i>El Mundo</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-	<i>El Periódico</i> <i>ABC</i>		
	Uso de la proyección paratáctica (estructuras en estilo directo)	+	<i>El País</i> <i>El Mundo/El Periódico</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-	<i>La Razón</i> <i>ABC</i>		
± modalizado	Uso de verbo de comunicación puro <i>decir</i>	+	<i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>La Razón</i>	<i>Sport</i> <i>As</i> <i>Marca</i>	<i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i>
		-	<i>El Periódico</i> <i>ABC</i>		
	Uso de verbos de comunicación + neutrales <i>afirmar, anunciar, contar, contestar, declarar, explicar, expresar, informar, manifestar, plantear, relatar, responder</i>	+	<i>El País/El Periódico</i> <i>La Razón</i>	<i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-	<i>El Mundo</i> <i>ABC</i>		
	Uso de verbos de comunicación - neutrales <i>aclarar, apuntar, asegurar, confirmar, matizar, negar, precisar, señalar</i>	+	<i>La Razón</i> <i>El País</i> <i>El Mundo</i>	<i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i>	<i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i>
		-	<i>El Periódico</i> <i>ABC</i>		



<p>Uso de verbos de comunicación con mayor carga modal</p> <p><i>advertir, confesar, discutir, exclamar, insistir, reclamar, reconocer, reiterar, replicar</i></p>		<p><i>El Mundo</i> <i>El Periódico</i> <i>ABC</i> <i>El País/La Razón</i></p>	<p><i>Sport</i> <i>Marca</i> <i>As</i></p>	<p><i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i></p>
<p>Uso de verbos de memoria: certeza y no inferenciales</p> <p><i>analizar, averiguar, comprender, comprobar, conocer, constatar, entender, evocar, recordar, recordar, recordar, saber</i></p> <p>(una mayor frecuencia indica un estilo más comprometido con la veracidad de la fuente)</p>	<p>+</p> <p>-</p>	<p><i>El País</i> <i>La Razón</i> <i>El Mundo</i> <i>El Periódico</i> <i>ABC</i></p>	<p><i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i></p>	<p><i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i></p>
<p>Uso de verbos de procesos no constructivos: más memoria, más certeza y menos inferenciales</p> <p><i>concebir, creer, discrepar, dudar, esperar, interpretar, prever, razonar, reflexionar, sospechar, suponer</i></p> <p>(una mayor frecuencia indica mayor distancia con la fuente y, por tanto, un estilo menos comprometido)</p>	<p>+</p> <p>-</p>	<p><i>El País</i> <i>La Razón</i> <i>El Mundo</i> <i>El Periódico</i> <i>ABC</i></p>	<p><i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i></p>	<p><i>Expansión</i> <i>Cinco Días</i></p>
<p>Uso de verbos de procesos constructivos: menos memoria, menos certeza y más inferenciales</p> <p><i>confiar, considerar, desconfiar, estimar, intuir, opinar, pensar, presentir</i></p> <p>(una mayor frecuencia indica mayor distancia con la fuente y, por tanto, un estilo menos comprometido)</p>	<p>+</p> <p>-</p>	<p><i>El País</i> <i>El Periódico</i> <i>El Mundo/La Razón</i> <i>ABC</i></p>	<p><i>Marca</i> <i>Sport</i> <i>As</i></p>	<p><i>Expansión/Cinco Días</i></p>

A continuación, exponemos una recapitulación de cómo afectan los rasgos de la proyección al estilo de cada medio, según el análisis de las tablas anteriores. Tenemos presente, como ya hicimos en el anterior capítulo, que algunos de los resultados obtenidos son, *a priori*, contradictorios, pero ofrecen pistas acerca de las preferencias entre las diferentes opciones del lenguaje. Así, según las relaciones de proyección, la caracterización de las cabeceras de estudio es la siguiente:

- a) Las noticias de *El País* son + narrativas (tanto por mayor uso de verbos que favorecen la literaturización del relato como por el mayor uso de verbos de efecto omnisciente), ± modalizadas (uso de *decir* y verbos + neutrales, mayor compromiso con la veracidad de la cita en verbos de memoria, pero menos adhesión en citas introducidas por verbos de proceso constructivo y no constructivo, + declarativas y - cohesionadas (por el mayor uso de las estructuras en estilo directo).
- b) Las noticias de *El Mundo* son + narrativas, + modalizadas (por el mayor uso de verbos de comunicación con mayor carga modal y por un menor uso de verbos de comunicación + neutrales), + declarativas y - cohesionadas (por el mayor uso de la proyección paratáctica).
- c) Las noticias de *ABC* son - narrativas (tanto por menor uso de verbos que aportan dramatismo como por verbos que contribuyen a la omnisciencia), ± modalizadas (por el menor uso de verbos de lengua + y -neutrales, pero hay compromiso con la veracidad de las declaraciones, especialmente en verbos vinculados a procesos constructivos y no constructivos), - declarativas y - cohesionadas (por el menor uso del estilo indirecto y del directo).
- d) Las noticias de *La Razón* son + narrativas (por el mayor uso de verbos que favorecen la omnisciencia), ± modalizadas (por el menor uso de verbos de comunicación con carga modal y por una mayor adhesión a la veracidad de la cita en verbos de actividad mental objetiva, pero mayor uso de verbos - neutrales) y + cohesionadas (según el mayor uso de estructuras de estilo indirecto).
- e) Las noticias de *El Periódico* son - narrativas (por el menor uso de verbos que aportan dramatismo al relato y de efecto omnisciente), ± modalizadas (por el mayor uso de verbos de lengua + neutrales y de otros con carga modal, en detrimento de *decir* y de otros verbos - neutrales, pero menor compromiso con la veracidad de la cita) y - cohesionadas (por el menor uso de la proyección hipotáctica y el mayor uso de la paratáctica).
- f) Las noticias de *As* son - narrativas (por el menor uso de verbos que aportan dramatismo y de verbos que favorecen la omnisciencia), ± modalizadas (menor uso de verbos + neutrales, - neutrales y con carga modal y compromiso con la veracidad de la cita con

verbos de proceso constructivo y no constructivo), - declarativas y ± cohesionadas (por menor uso de estilo indirecto y directo).

- g) Las noticias de *Marca* son + narrativas (tanto por verbos que aportan dramatismo como por los que favorecen la omnisciencia), ± modalizadas (por el menor uso de *decir* a favor del mayor uso de verbos + neutrales, por el mayor compromiso con las palabras de la fuente en citas introducidas por verbos de memoria, pero también por el menor compromiso con citas de verbos de proceso no constructivo y constructivo) y - cohesionadas (por el mayor número de estilo directo).
- h) Las noticias de *Sport* son ± modalizadas (mayor uso del verbo *decir*, pero mayor uso de verbos - neutrales y con carga modal), + declarativas y + cohesionadas (por el mayor uso del estilo indirecto).
- i) Las noticias de *Cinco Días* son - narrativas, ± modalizadas (mayor uso de verbos + neutrales, - neutrales y con carga modal. Mayor compromiso con la veracidad de la cita –verbos de memoria–, pero menor adhesión en declaraciones introducidas por verbos de procesos no constructivos), + declarativas y ± cohesionadas (por el mayor uso de estilo indirecto y de directo).
- j) Las noticias de *Expansión* son + narrativas (por el mayor uso de verbos que aportan dramatismo y de verbos que propician la omnisciencia), - modalizadas, pues son las más neutrales por el mayor uso de *decir* y las menos comprometidas con la veracidad de la cita (tanto por verbos de memoria como de proceso no constructivo) y - declarativas.

Para finalizar, la tabla que sigue (Tabla 151) recoge la interpretación resumida de estas conclusiones y, por tanto, está supeditada a la comparativa entre todos los medios, de manera que si, por ejemplo, un periódico destaca por el estilo segmentado es en relación al resto de cabeceras:

**Tabla 151.** Estilo de las noticias por medio según las relaciones de proyección

Cabecera	Estilo de la noticia
<i>El País</i>	Destaca por un periodismo declarativo y por la vertiente narrativa de la noticia, pues aboga por el uso de verbos que dan viveza al relato y por la narración de efecto omnisciente. Además, resalta la sencillez del lenguaje con el predominio del estilo directo, así como la neutralidad y el compromiso con la veracidad de la cita, únicamente cuando se trata de verbos relacionados con actividades mentales objetivas.
<i>El Mundo</i>	Hay modalización por una mayor presencia de verbos con carga argumentativa; se ubica en el periodismo declarativo y predomina la sencillez con el uso de estructuras de estilo directo. En la vertiente narrativa, las noticias tienden a usar verbos que aportan dramatismo al relato.

<b>ABC</b>	Noticias poco declarativas (recogen el menor número de estilo directo y de indirecto de todos los generalistas). En el carácter narrativo, menor presencia de verbos que aportan viveza al relato o efecto omnisciente. Tiende a la neutralidad por el menor uso de verbos poco neutrales; en cambio, hay modalización en la mayor adhesión a las declaraciones de la fuente.
<b>La Razón</b>	Predomina el estilo cohesionado, con el uso de más estructuras en estilo indirecto. Tiende a la modalización con verbos con cierta fuerza argumentativa y con un compromiso hacia la veracidad de la cita. En la vertiente narrativa, destaca el efecto omnisciente.
<b>El Periódico</b>	En cuanto a la complejidad del lenguaje, hay un predominio del estilo segmentado, pues destaca, en comparación con los otros medios, por un uso notable del estilo directo y por un empleo moderado del indirecto. Por un lado, tiende a la neutralidad, aunque con verbos distintos a <i>decir</i> ; por otro, se decanta por la modalización con la utilización de verbos que posicionan al escritor. Destaca por la no adhesión a las declaraciones de la fuente.
<b>Sport</b>	Predominio de las noticias declarativas y del estilo cohesionado, con construcciones de discurso referido. Tendencia a la neutralidad con el uso de <i>decir</i> , pero también modalización, con el uso de verbos poco neutrales o con mayor carga modal.
<b>Marca</b>	En la vertiente narrativa, destaca por un gran uso de verbos que aportan dramatismo y favorecen la omnisciencia. Tiende al estilo segmentado y sencillo con un mayor número de estructuras en estilo directo. Neutralidad por el uso de verbos diferentes a <i>decir</i> . En cuanto al compromiso con la veracidad de la fuente, mayor grado de adhesión cuando se trata de actividades mentales objetivas, mientras que hay un mayor distanciamiento y, por tanto, mayor objetividad, cuando se trata de procesos mentales subjetivos.
<b>As</b>	Noticias poco declarativas que no destacan por sus rasgos narrativos. Poca modalización en el uso de los verbos de lengua y poca adhesión a las palabras de la fuente, aunque cuando se trata de actividades mentales subjetivas, tiende a comprometerse más.
<b>Expansión</b>	Carácter narrativo en el uso de verbos que aportan dramatismo y que propician la omnisciencia. Tiende a la neutralidad con el uso de estructuras en ED y EI con el verbo <i>decir</i> . Se distancia de la veracidad de las declaraciones de la fuente, tanto si proceden de actividades mentales objetivas como si son subjetivas.
<b>Cinco Días</b>	Preferencia por el periodismo declarativo, tiende a la neutralidad con el uso de verbos distintos a <i>decir</i> , aunque resalta por la modalización en el uso de otros verbos que posicionan al hablante. Muestra adhesión a las palabras de la cita, solo en el caso de actividades mentales objetivas.

Para terminar, respecto a la preferencia en el uso de los verbos vinculada al tipo de discurso (Tabla 152), hemos visto que en los verbos de lengua hay un equilibrio entre su uso como introductores de estilo directo y de indirecto, aunque es ligeramente mayor su uso en discurso referido. En cuanto a los verbos de proceso mental, por la naturaleza semántica y gramatical, su uso es mayoritario para introducir el discurso indirecto, excepto en cinco de los verbos analizados, cuyo uso es superior en construcciones de cita directa. Por otro lado, también cabe mencionar que hay diferencias en el tratamiento de algunos de los verbos estudiados. Por ejemplo, *advertir* introduce EI en los generalistas y en los económicos, pero en los deportivos tiene mayor presencia como presentador de ED. Cuando esto ocurre, hemos señalado entre paréntesis el modelo de medio. Destacamos,

finalmente, que aquellos verbos de los que hay escasos datos o ninguno no aparecen en la tabla:

Tabla 152. Preferencia de los verbos por el tipo de discurso

Tipo de verbo	Estilo directo	Estilo indirecto
<b>Proceso verbal</b>	<i>advertir (deportivos), afirmar, apuntar, confesar, contar, contestar, declarar, exclamar, expresar, manifestar (deportivos), matizar (generalistas), precisar (deportivos), relatar, replicar, señalar</i>	<i>advertir, anunciar, apuntar (económicos), asegurar, confirmar, decir, discutir, informar, insistir, manifestar, matizar, negar, plantear, precisar, reclamar, reconocer, reiterar, señalar (económicos)</i>
<b>Proceso mental</b>	<i>analizar, evocar, opinar, razonar, recordar</i>	<i>averiguar, comprender, comprobar, conocer, considerar, constatar, creer, demostrar, desconfiar, entender, esperar, estimar, interpretar, intuir, opinar (económicos), pensar, prever, recordar, reflexionar, saber, sospechar, suponer</i>



CAPÍTULO 6.  
CONCLUSIONES FINALES





En este trabajo pretendíamos sumar nuevas perspectivas de estudio al conocimiento en torno al estilo comunicativo del género informativo de la noticia. Las relaciones lógico-semánticas y sintácticas del discurso han sido la base en este análisis, como indicadores de los rasgos del estilo periodístico. A lo largo de la tesis, hemos ido presentando las conclusiones parciales y hemos ofrecido datos y reflexiones sobre los resultados obtenidos en los epígrafes de Discusión. En este último capítulo, pretendemos hacer una recapitulación de las ideas esenciales surgidas tras el análisis y mostrar cuáles son las estrategias discursivas y comunicativas de los principales periódicos españoles, como síntoma de los modelos informativos imperantes en la sociedad actual.

Al principio de esta investigación, nos planteábamos una serie de hipótesis generales que retomamos a continuación. En primer lugar, hemos comprobado que los postulados de la lingüística sistémico-funcional, como «modelo integrador de descripción lingüística» (Martínez Lirola, 2007: 6), se pueden aplicar a la caracterización del discurso de la lengua española, ampliando métodos de análisis para su descripción multiregistro, y que las relaciones lógico-semánticas propuestas por Halliday para los rasgos idiomáticos del inglés pueden adaptarse al español y ser analizadas en corpus textuales. De hecho, la importancia de muestras de textos reales es uno de los fundamentos de esta teoría. A su vez, uno de los conceptos clave de la lingüística sistémico-funcional, el registro y sus componentes lingüísticos y contextuales, descritos a partir de las variables de campo, modo y tenor, sitúa como eje central de la teoría el fin comunicativo de la lengua en contexto. El tema, la situación-tipo o contexto social, las relaciones entre los participantes, el modo y el medio del discurso influyen en el registro, entendido este como una variedad de lengua con unos rasgos sintácticos y léxicos propios.

A este respecto, hemos visto que en el género de la noticia periodística identificamos un registro concreto, reconocible por el público lector e institucionalizado por la rutina periodística y por los libros de estilo, pero ese marco genérico lo integran distintos estilos cuya realización viene determinada por las variables de campo, tenor y modo y por las funciones ideacional, interpersonal y textual. Así, hemos ratificado el potencial de este modelo lingüístico para analizar la noticia, cuyas características contextuales (vid. supra Tabla 3, Capítulo 2) sintetizamos a continuación, vinculadas a los rasgos del estilo, analizados a partir de las relaciones lógico-semánticas:

**Tabla 153.** Relación entre las funciones del lenguaje, las variables del registro y los rasgos del estilo analizados a partir de las relaciones lógico semánticas

Metafunción	Variable	Aspectos de la noticia que intervienen	Rasgos
Ideacional	Campo	Temática (sección de cultura, deportes, política, economía y sociedad) y nivel de especialización (periódico generalista vs. periódico especializado)	El campo es el punto de partida del análisis, pues el tenor y el modo se articulan en torno a él: “the total event in which the text is functioning” (Halliday, 1976: 22).
Interpersonal	Tenor	Finalidad (informar), relación entre emisor y receptor (distancia vs. familiaridad) y nivel de formalidad	Estilo declarativo vs. estilo no declarativo Estilo modalizado vs. estilo objetivo Estilo formal vs. estilo informal
Textual	Modo	Canal (escrito, pero con rasgos de la oralidad; mayor o menor elaboración textual), modalidad <sup>158</sup> (narrativa vs. explicativa)	Estilo divulgativo y/o explicativo vs. estilo narrativo Estilo cohesionado vs. estilo segmentado Estilo dinámico vs. estilo de mayor procesamiento cognitivo Estilo documentado vs. estilo no contextualizado

En segundo lugar, las relaciones lógico-semánticas (y su rasgo sintáctico de la hipotaxis y la parataxis) constituyen un referente con potencial suficiente para analizar el lenguaje de cualquier tipo de texto y, a partir de ahí, identificar sus principales estrategias discursivas. Para nuestro objetivo, el estudio del estilo de la noticia escrita, han supuesto una completa y, a la vez, compleja herramienta. A pesar de la disparidad de elementos lingüísticos incluidos en ellas (léxicos, gramaticales y semánticos) y las dificultades iniciales para adaptarlos y unificarlos, su análisis ha arrojado resultados de referencia para el avance en el estudio caracteriológico del lenguaje periodístico como discurso comunicativo en la sociedad actual, que pretende dar respuesta al horizonte de expectativas de un receptor sometido a una inflación de estímulos informativos.

Así, hemos demostrado que el análisis de las relaciones de expansión (elaboración, extensión y ampliación) y las de proyección ha aportado datos acerca de varias características del estilo periodístico: el grado de divulgación o la dimensión explicativa de la noticia y la vertiente narrativa según la temática; el nivel de objetividad o modalización en función de los elementos lingüísticos; la sencillez o complejidad en la articulación de la información según el modelo oracional más cohesionado o más segmentado; el nivel de formalidad del texto y la relación que se establece con el lector; la profundización en la

<sup>158</sup> *Genre o rhetorical mode* para Halliday y Hasan (1976: 22).

elaboración del relato periodístico; la presencia de las fuentes informativas o la intervención del periodista en la noticia y en la manera de transmitir la información de la fuente al lector.

En tercer lugar, el uso de un corpus textual compilado expresamente para este trabajo ha facilitado que, desde el principio, se tuvieran en cuenta los factores contextuales de producción de la noticia y que se hayan obtenido unos resultados cuantitativos fiables. Además, el etiquetado ha posibilitado una tarea que, de otra forma, hubiera sido interminable con tal magnitud de textos. Así, se han podido analizar elementos gramaticales, con rigor y dejando a un lado la intuición o la mera observación, para vertebrar un modelo explicativo coherente con los objetivos perseguidos en la investigación.

En cuarto lugar, a partir de los resultados del análisis de las relaciones lógico-semánticas, hemos llegado a conclusiones claras y contundentes. Hemos verificado que no existe un único estilo en la noticia, sino que, en función del medio, de la temática tratada y del modelo de periódico, hay una diversidad de formas de transmitir la información. Además, una de las principales conclusiones a las que hemos llegado en este estudio es que no existe una dicotomía absoluta entre los rasgos del estilo y que un rasgo no excluye, necesariamente, a otro.

A la luz de los datos obtenidos, nos parece determinante elaborar una descripción globalizada del modelo comunicativo de cada tipo de medio. Tenemos en cuenta que los datos son ilustrativos, pues se limitan a las estrategias analizadas, aunque marcan tendencias claras. Así, los medios especializados presentan rasgos más marcados y situados en los extremos de la gradación, en comparación con los medios generalistas. Las diferencias entre los dos modelos de prensa especializada son evidentes y, en ocasiones, los rasgos se contraponen.

En primer lugar, las secuencias narrativas son un recurso habitual en la noticia de la prensa deportiva especializada. El ritmo de los acontecimientos deportivos —el intrínseco al evento concreto y el marcado por las diferentes competiciones y jornadas deportivas— contribuye a la acumulación y a la sucesión cronológica de los hechos. Las informaciones deportivas no apuestan por la pedagogía ni contribuyen a la divulgación, pues el tema no lo precisa. A este respecto, su función no se limita a proporcionar una determinada

información, pues tienen una vocación primordial: entretener al lector. Esta naturaleza de la noticia deportiva implica que las palabras de la fuente queden relegadas a un segundo plano, por lo que las noticias deportivas no son declarativas. Sin embargo, encontramos en ellas la explicación y la contextualización necesarias para profundizar en las circunstancias del qué informativo: cuándo, dónde, por qué, con qué consecuencias, qué implicaciones tiene y qué obstáculos o condicionantes tienen unos determinados resultados en un evento deportivo o un determinado negocio o fichaje de un jugador... Por este afán de profundización y de explicación de todos los detalles de los hechos, tienen un gran peso las oraciones adverbiales, aunque la forma de contarlos aboga por la informalidad y el lenguaje propio del polo de la inmediatez comunicativa: además de utilizar conectores que favorecen el avance de la información sin grandes necesidades cognitivas de procesamiento, se hace un uso frecuente de las estructuras paratácticas. Además, se observa una preferencia por la composición oracional en detrimento de la conexión textual. Finalmente, en cuanto a la retórica de la objetividad, hay poca modalización en cuanto a los usos de los verbos de lengua para introducir las declaraciones; en cambio, cuando se trata de verbos de proceso mental, se utilizan formas verbales más subjetivas, que manifiestan una adhesión a la veracidad de las palabras de la fuente.

Las noticias de la prensa especializada en economía, en contraposición a las de la prensa deportiva, sí cumplen una función formativa esencial, con lo que la divulgación se manifiesta mediante ejemplos y secuencias explicativas. Las fuentes informativas tienen un gran peso, pues es habitual la consulta a personas expertas para conseguir este propósito pedagógico. Por esta misma razón, el lenguaje es más formal, aunque menos dinámico, pues prevalece la reorientación de temas y las estructuras hipotácticas. Así, la profundización en los hechos no se realiza mediante la contextualización en las circunstancias de la noticia, sino mediante la explicación aportada por las relativas explicativas. En este sentido, aunque predomina el lenguaje elaborado y la conexión textual, el uso de la subordinación adverbial no es habitual en este tipo de noticias, pues es evidente que las noticias de carácter económico (informes de organismos, resultados de empresas, estado de los mercados, indicadores económicos, etc.) no tienen un anclaje temporal tan marcado como los eventos deportivos. Por esta misma razón, las secuencias narrativas son secundarias. Finalmente, en lo que respecta a la modalización, lo más

destacable es que hay un gran uso de verbos de lengua con carga subjetiva, pero cuando se trata de verbos que implican una actividad mental de la fuente, hay un menor compromiso con el sentido verificativo de las declaraciones, lo que determina una imagen de distanciamiento que contribuye a afianzar el marco objetivo de la información.

Esta interpretación del estilo de las noticias especializadas en deportes y economía no se aleja de lo observado en las noticias de la misma temática en la prensa generalista. Se trata, pues, de informaciones que, aunque se destinen a públicos que responden a diferentes niveles de especialización, la temática tiene más incidencia que el modelo de periódico en la configuración del estilo.

A diferencia de las noticias especializadas, en las que hemos observado un modelo comunicativo definido y, por tanto, un estilo compartido en las cabeceras de la misma índole e, incluso, con las secciones afines de los medios de información general, en la noticia generalista, la variedad de temas provoca diferentes maneras de informar y, por tanto, estilos diversos según la sección a la que pertenece la información. Este contraste no solo se observa en la disgregación de las noticias por sección, sino que también es patente, según el cómputo global de estrategias analizadas, en la comparativa entre los modelos comunicativos y lingüísticos de las cinco cabeceras de referencia analizadas.

Nos centraremos, especialmente, en las secciones de cultura, sociedad y política. Así, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, el asunto o materia noticiable marca los rasgos lingüísticos del estilo. De esta manera, los contenidos culturales tienden a la narrativización con la acumulación de eventos y el uso de verbos que aportan viveza; sin embargo, son infrecuentes en este tipo de noticias la explicación y la profundización en los contenidos. Tampoco cobra relevancia la presencia de fuentes informativas. Su lenguaje es sencillo, poco elaborado y dinámico y en él conviven estrategias más formales con otras cercanas a la inmediatez del canal oral. Con respecto a la actitud adoptada por el periodista, el redactor cultural no se decanta por verbos de lengua modalizadores ni que induzcan a procesos inferenciales.

En cuanto a las noticias de la sección de sociedad, el componente humano y social presente en este tipo de informaciones condiciona que en ellas aparezcan secuencias narrativas que concretan el significado de las circunstancias temporales y espaciales, y en las que aparecen verbos que confieren a la noticia un carácter literario. A esto, contribuye

la preferencia por el estilo directo, que aporta más agilidad al relato. También están presentes las secuencias explicativas, pues la diversidad de temas en la sección y la preocupación e interés que despiertan en el ciudadano cuestiones como la salud, la educación o el empleo requieren del desarrollo y contextualización en todos los aspectos de la información. Se trata, además, de temas que exigen la implicación de todas las partes de la noticia, con lo que la reorientación informativa es una estrategia necesaria para introducir opiniones que pueden ser contrapuestas. Respecto a la modalización, está presente en el uso de verbos de proceso cognitivo que se refieren a actividades mentales objetivas, como *comprobar, saber, analizar o recordar*.

Con respecto a las informaciones políticas, el rasgo más evidente de este tipo de informaciones es su estilo declarativo, pues presentan el mayor número de declaraciones (principalmente, en estilo indirecto) y hay una referencia constante a los protagonistas de la noticia mediante el uso de la cláusula relativa explicativa de antecedente humano, lo que constituye una extensión informativa de los núcleos nominales temáticos, y así contribuye a la orientación del mensaje. La interacción entre la identificación valorativa del sujeto, aportada por la cláusula de relativo, y la incorporación del discurso reportado son características de este tipo de noticias en las que el componente valorativo ejerce una notable influencia.

Junto a ello, la formalidad es otro de los factores característicos de la noticia política, pues se han registrado pocos conectores que pertenecen al ámbito de la inmediatez comunicativa. En la misma línea, el lenguaje es complejo y poco dinámico, ya que no hay interés por las estructuras paratácticas ni se usan conectores que favorecen la progresión informativa. Con respecto a los estilos explicativo y narrativo, la noticia política se desmarca de ambos y aunque sí usa conectores de exposición, el rasgo divulgativo no está presente en este tipo de contenidos. En cuanto a la vertiente narrativa, el único factor relacionado con este rasgo es que hay una gran presencia de verbos de proceso mental, lo que favorece el efecto omnisciente y la credibilidad de la información: el periodista político es un narrador especialista en su materia, que mantiene un contacto diario y una comunicación fluida con los actores políticos, y que conoce (o da a entender que conoce) lo que hace el político, pero también lo que piensa, percibe o espera.

Por modelos de medio, de modo esquemático, las conclusiones sintetizadas son estas<sup>159</sup>:

- a) Los medios especializados en deportes presentan los siguientes rasgos:
- a. **Estilo ± explicativo:** menor uso de los conectores de ejemplificación y exposición, pero uso de la ampliación con valores causal, consecutivo, concesivo, condicional y final.
  - b. **Estilo ± narrativo:** relativas explicativas con antecedente temporal y espacial, sucesión y acumulación de los hechos mediante la adición, ampliación con valor temporal, uso de verbos de cita que aportan viveza al relato, pero menor uso de verbos de cita que favorecen el efecto omnisciente.
  - c. **Estilo ± modalizado:** conectores de refuerzo argumentativo, uso de verbo puro *decir*, menor uso de verbos de lengua más modalizados, menor uso de *pero* con valor textual, pero preferencia por verbos de pensamiento que implican una mayor adhesión a la veracidad de las palabras de la fuente.
  - d. **Estilo + dinámico:** conectores que favorecen el avance del texto, adición y menor variación, lo que favorece una transmisión de la información más sencilla.
  - e. **Estilo - formal:** uso de conectores del polo de la inmediatez comunicativa, menor uso de relativos cultos y presencia de *y* con valor textual.
  - f. **Estilo ± declarativo:** menor uso de las declaraciones, pero referencia a la fuente mediante *quien* y *como*.
  - g. **Estilo ± documentado:** para la contextualización de los hechos se prefiere la ampliación antes que la elaboración (relativas explicativas).
  - h. **Estilo ± cohesionado:** menor uso de la conexión textual y preferencia por las estructuras paratácticas, pero mayor uso de la ampliación hipotáctica (subordinación adverbial).
- b) Los medios especializados en economía presentan estas características:
- a. **Estilo ± explicativo:** uso de conectores de ejemplificación y exposición, pero menor uso de la ampliación con valores causal, consecutivo, concesivo, condicional y final.

---

<sup>159</sup> Para esta caracterización, como en los Capítulos 4 y 5, diferenciamos tres gradaciones: rasgo +, rasgo - y rasgo ±.

- b. **Estilo ± narrativo:** menor uso de relativas explicativas con antecedentes temporales y espaciales, de sucesión de eventos, de la ampliación con valor temporal y de verbos de cita que aportan viveza al relato, pero uso de verbos de cita de efecto omnisciente.
- c. **Estilo ± modalizado:** menos conectores de refuerzo argumentativo y menor compromiso con la veracidad de las declaraciones, pero mayor presencia de *pero* con valor textual y preferencia por verbos de comunicación más modalizados en detrimento de *decir*.
- d. **Estilo - dinámico:** menos conectores que favorecen la progresión informativa, menos adición y mayor variación y reorientación de temas.
- e. **Estilo + formal:** poco uso de conectores propios de la oralidad, uso de relativos cultos y menor uso de la conjunción y con valor textual.
- f. **Estilo ± declarativo:** mayor presencia de citas, pero menor uso de *quien* y *como* para referir a las fuentes.
- g. **Estilo ± documentado:** para la profundización en los hechos se prefiere la relativa explicativa en lugar de la ampliación circunstancial.
- h. **Estilo ± cohesionado:** uso de la conexión textual y de estructuras complejas, pero en la ampliación mayor uso de la conexión que de la subordinación adverbial.

En los periódicos generalistas, estas son las conclusiones sobre el estilo en las distintas secciones:

a) Cultura:

- a. **Estilo - explicativo:** menor uso de conectores de exposición.
- b. **Estilo ± narrativo:** preferencia por la acumulación de eventos y uso de verbos de cita que favorecen la literaturización del relato, pero menor uso de verbos de efecto omnisciente.
- c. **Estilo ± modalizado:** uso de *pero* con valor textual, pero menor uso de verbos que se alejan de la retórica de la objetividad y menor compromiso con la veracidad de las palabras de la fuente.
- d. **Estilo + dinámico:** mayor uso de adición y menos variación y reorientación temática.



- e. **Estilo ± formal:** uso de relativos cultos, pero también de conectores propios del polo de la inmediatez comunicativa.
  - f. **Estilo - declarativo:** menor presencia de citas directas e indirectas.
  - g. **Estilo - documentado:** menor profundización de la información con la estrategia de la ampliación.
  - h. **Estilo - cohesionado:** menor uso de la conexión textual y de construcciones hipotácticas.
- b) Deportes:
- a. **Estilo - explicativo:** menor uso de conectores de ejemplificación y exposición.
  - b. **Estilo ± narrativo:** relativas con antecedentes temporales y espaciales, sucesión de los hechos, ampliación con valor temporal, pero menor presencia de verbos de cita de efecto omnisciente.
  - c. **Estilo ± modalizado:** menor uso de *pero* con valor textual, preferencia por verbo puro *decir*, menor uso de verbos de lengua que perjudican la retórica de la objetividad, pero uso de conectores de refuerzo argumentativo y mayor adhesión a las palabras de la fuente, tanto en verbos de actividad mental objetiva como subjetiva.
  - d. **Estilo ± dinámico:** menor uso de conectores de clarificación que favorecen el avance del texto, pero uso de la adición y menor orientación de temas.
  - e. **Estilo - formal:** uso de conectores propios de los textos espontáneos, de la conjunción y con valor textual y menor uso de relativos cultos.
  - f. **Estilo + documentado:** profundización en las circunstancias de la noticia mediante la ampliación.
  - g. **Estilo ± cohesionado:** menor uso de la conexión textual y preferencia por las estructuras paratácticas, pero mayor uso de la subordinación adverbial.
- c) Economía:
- a. **Estilo + explicativo:** conectores de ejemplificación y exposición.
  - b. **Estilo ± narrativo:** menor uso de relativas con antecedente temporal y espacial, menor sucesión de los hechos, menor presencia de la ampliación con valor temporal, menos verbos de cita que favorecen la literaturización, pero mayor uso de verbos de efecto omnisciente.

- c. **Estilo ± modalizado:** menor uso de conectores de refuerzo argumentativo y menor compromiso con la veracidad de las declaraciones tanto con verbos de cita de actividades mentales objetivas como subjetivas, pero preferencia por verbos de comunicación que se alejan de la neutralidad de *decir*.
  - d. **Estilo ± dinámico:** conectores de clarificación, pero más variación y menos adición.
  - e. **Estilo + formal:** conectores que se alejan del polo de la inmediatez, presencia de relativos cultos y menor uso de *y* con valor textual.
  - f. **Estilo - declarativo:** menor presencia de *quien* y *como* para referir a las fuentes.
  - g. **Estilo - documentado:** no se profundiza ni con la elaboración hipotáctica ni mediante la ampliación.
  - h. **Estilo ± cohesionado:** preferencia por la conexión textual y por estructuras hipotácticas, pero menor uso de la subordinación adverbial.
- d) Política:
- a. **Estilo + explicativo:** uso de conectores de exposición.
  - b. **Estilo ± narrativo:** menos sucesión de eventos, pero verbos de cita que favorecen el efecto omnisciente.
  - c. **Estilo ± modalizado:** mayor uso de verbos puramente declarativos diferentes de *decir* y, en los verbos de pensamiento, menor compromiso con las palabras de la fuente, pero mayor uso de verbos de lengua menos neutrales y con carga modal.
  - d. **Estilo - dinámico:** menos conectores de clarificación y menos adición paratáctica.
  - e. **Estilo + formal:** menos conectores propios del discurso espontáneo.
  - f. **Estilo + declarativo:** mayor uso de las declaraciones y referencia a las fuentes con *quien* y *como*.
  - g. **Estilo ± cohesionado:** menor presencia de elaboración (conectores y relativas explicativas), pero mayor uso de las estructuras de estilo indirecto.
- e) Sociedad
- a. **Estilo + explicativo:** mayor uso de la ampliación con valores causal, consecutivo, concesivo, condicional y final.

- b. **Estilo + narrativo:** mayor uso de las relativas explicativas con antecedente temporal y espacial y uso de verbos de cita que favorecen la literaturización del relato.
- c. **Estilo ± modalizado:** menos conectores de refuerzo argumentativo, preferencia por verbos puramente declarativos diferentes de *decir*, pero mayor uso de *pero* con valor textual y mayor adhesión al discurso de la fuente en verbos de pensamiento relacionados con actividades mentales objetivas.
- d. **Estilo - dinámico:** mayor uso de variación y reorientación de temas, que implica un procesamiento cognitivo mayor.
- e. **Estilo + documentado:** profundización en los hechos mediante la elaboración hipotáctica y la ampliación.
- f. **Estilo ± cohesionado:** uso de la conexión textual y de estructuras hipotácticas, pero preferencia por el estilo directo.

Por otro lado, respecto a la hipótesis de que las entidades empresariales influyen en el modelo comunicativo de sus respectivas cabeceras, no podemos concluir de forma rotunda esta información, por varios motivos. En primer lugar, por la selección limitada de cabeceras, de las cuales solo se pueden comparar de forma equitativa dos grupos empresariales, al tener cabeceras de representación en los tres tipos de prensa; en segundo lugar, porque, aunque tras nuestro análisis hemos visto algunas confluencias a nivel lingüístico en los medios de un mismo grupo, los resultados confirman que pesa más la temática y la especialización de la noticia que la línea empresarial del grupo mediático del que forma parte, es decir, un periódico deportivo o económico, por ejemplo, se identifica con los rasgos propios de ese modelo comunicativo y no con los procedentes de una estrategia comunicativa de un grupo mediático empresarial. Además de esto, hay un dato que no podemos obviar: la concentración empresarial en el sector de los medios de comunicación hace posible que los grupos mediáticos abarquen espectros cada vez más amplios de audiencia, por lo que la diversificación de formatos, de temáticas, de públicos e incluso de ideologías políticas implica, también, una diversificación de lenguajes y de modelos comunicativos.

Sin embargo, hemos constatado que el estilo lingüístico depende del modelo comunicativo del periódico, vinculado a los rasgos socioeconómicos y a los intereses

informativos del público objetivo. Asimismo, la línea ideológica resulta significativa en la delimitación del estilo. De acuerdo con el tipo de lector habitual que los medios perfilan para atraer a sus anunciantes y de la línea editorial en la que las propias cabeceras se identifican (vid. supra Capítulo 3), en la Tabla 154 podemos ver, de forma sintética, la relación entre el tipo de público, la línea editorial y el estilo comunicativo de cada medio<sup>160</sup>. A este respecto, es necesaria una interpretación de los diferentes rasgos propuestos aplicados a cada una de las cabeceras estudiadas. Tenemos en cuenta que se trata de una comparativa entre ellos. En la mayoría de los rasgos que analizamos a continuación, la línea ideológica y los receptores del medio son factores que explican los resultados obtenidos.

En primer lugar, con respecto al rasgo + explicativo, entre las cabeceras generalistas, observamos que *El Mundo* es el periódico que más destaca en este estilo, implementado con el uso de la exposición, la ejemplificación y la explicación de las causas, consecuencias y propósitos de los hechos mediante la ampliación. En el lado contrario, *ABC* y *El Periódico* son los medios con el estilo menos explicativo, pues recogen menos conectores de ejemplificación y exposición, y, en concreto, en *El Periódico*, se detecta, además, el menor uso de la ampliación con valor explicativo. *El País* y *La Razón* destacan, cada uno, en un rasgo: el primero, por su carácter divulgativo con conectores de la elaboración paratáctica, mientras que el segundo resalta en el uso de la ampliación explicativa.

El rasgo + narrativo predomina en *El País*, pues es el único medio que sobresale en el uso de diversas estrategias vinculadas al estilo narrativo: el uso de relativas con antecedente de marco espacio-temporal, la acumulación y sucesión de eventos, la ampliación temporal y el uso de verbos que favorecen el carácter literario de la noticia. En el extremo opuesto, *ABC* se sitúa como el medio con menos narrativización en sus noticias. Las otras cabeceras emplean alguna estrategia que las ubican en un estilo narrativo condicionado o limitado. Así, *El Mundo* utiliza secuencias narrativas basadas en la profundización en el contexto espacio-temporal y el uso de verbos que aportan viveza al relato; *La Razón*, por su parte, destaca en el uso de verbos de efecto omnisciente, mientras

---

<sup>160</sup> Como ya hemos comentado, para esta descripción, nos basamos en los rasgos más polarizados, comparados con los mismos rasgos de los medios de su tipología. Esto provoca que si un medio se encuentra en posición medial respecto al uso de una estrategia, no le hemos atribuido ese rasgo (ni + ni -).

que *El Periódico* prefiere la acumulación de acontecimientos, una estrategia más sencilla de llegar al lector.

En cuanto al rasgo  $\pm$  modalizado, no hay ninguna cabecera generalista que destaque en alguno de los dos extremos, pues todas presentan modalización en alguno de los factores vinculados a este estilo. Así, las informaciones de *El País*, además de emplear la conjunción *pero* con valor enfatizador, presentan adhesión a las declaraciones de la fuente en actividades mentales objetivas; *El Mundo* destaca por el uso de conectores de refuerzo argumentativo, de *pero* con valor textual y de verbos de lengua con carga modal; *La Razón* prevalece en el uso de verbos de cita menos neutrales y en verbos de proceso mental que favorecen el compromiso del periodista con lo dicho por la fuente; *ABC* usa verbos de comunicación menos neutrales que *decir* y, además, presenta un mayor compromiso con la fuente en actividades mentales más subjetivas. Finalmente, *El Periódico* usa verbos de lengua modalizadores y conectores de refuerzo argumentativo.

Dentro de la formalidad, *El País*, *La Razón* y *ABC* se sitúan como los medios más formales, mientras que *El Mundo* y *El Periódico* destacan por la informalidad: en ambos hay una gran presencia de conectores cercanos al polo de la inmediatez comunicativa y pocos relativos cultos. Estos resultados están en sintonía con el tipo de lector de las publicaciones. Dejando al margen a *El País* y a *El Mundo*, que tienen un lectorado más parecido y heterogéneo, *La Razón* y *ABC* sitúan a su público objetivo en un nivel educativo alto, mientras que *El Periódico* es «un medio pensado y escrito» para la clase media trabajadora, de hecho, «la filosofía de fondo siempre es la misma, hablar el lenguaje de la gente para conectar con quienes tienen el reto de informarse para poder determinar la toma de decisiones del poder a través de la participación política o de la movilización social». (Sáez, 2013: en prensa)<sup>161</sup>. Por tanto, es un medio dirigido a un lector más heterogéneo en cuanto a su formación y a sus expectativas y, además, comparte con los medios deportivos el despliegue visual en torno al discurso verbal.

Los medios de línea editorial más conservadora, *ABC* y *La Razón*, también destacan por el estilo documentado, especialmente por la ampliación que aporta la cláusula relativa explicativa y la ampliación. Sin embargo, *El País* y *El Periódico* presentan poca

---

<sup>161</sup> Albert Sáez (2013): «Así se escribe El Periódico», Especial 35 Aniversario de El Periódico, 22-23.

profundización en los contenidos. Por su parte, *El Mundo*, tiende al estilo documentado solo en parte, pues prefiere la ampliación antes que la elaboración hipotáctica.

De nuevo, *ABC* y *La Razón* obtienen las frecuencias más altas para situarse como los medios con un estilo + cohesionado. En ambos, prevalecen la conexión textual y las estructuras hipotácticas. En concreto, en *La Razón*, el uso de conectores que favorecen la progresión del texto, contribuye a su estilo + dinámico, lo que también favorece la naturalidad en el discurso. En cambio, *El País* destaca por el menor uso de estructuras complejas y de conexión textual. Es, pues, un medio que usa pocos conectores de clarificación y, en cambio, prefiere la estrategia de la variación, con lo que se sitúa en un estilo - dinámico en este sentido. Sin embargo, en cuanto a la forma de introducir las declaraciones, se decanta por el estilo directo, que favorece la sencillez, la espontaneidad y la fluidez del discurso. *El Periódico* y *El Mundo* tienen un estilo + cohesionado, en parte: *El Mundo* destaca en el uso de la conexión textual; *El Periódico* lo hace en la estructura compositiva del enunciado, en concreto, en la adición y variación hipotácticas. Finalmente, en cuanto a la mayor o menor presencia de las fuentes, *La Razón* es el medio que se sitúa en el extremo positivo de la gradación en el estilo declarativo, mientras que las noticias de *El Periódico* presentan menos citas que el resto de cabeceras.

En los medios especializados en economía, al tratarse de una comparativa entre dos únicas cabeceras, los rasgos observados son, en algunos de los factores analizados, excluyentes. Así, *Expansión*, un medio destinado a un público más heterogéneo (tanto del ámbito profesional como del doméstico), se caracteriza por un estilo más dinámico y por el uso de la composición oracional; en concreto, predominan las relativas explicativas y las oraciones adverbiales. En cambio, *Cinco Días*, con un receptor principalmente especialista, destaca por un estilo menos dinámico y por la conexión textual, lo que equivale a una organización más trabada de los mecanismos discursivos, construcciones más elaboradas y una información más detallada en todas sus vertientes.

También son opuestos los resultados del estilo modalizado: *Expansión* muestra más objetividad con el uso del verbo neutral *decir* y con verbos de proceso mental que suponen un alejamiento de las opiniones de la fuente. Por el contrario, *Cinco Días* destaca por el uso de conectores de refuerzo argumentativo, verbos de lengua con carga modalizadora y una mayor adhesión a las declaraciones. En el resto de factores, ambas cabeceras poseen

rasgos del lado positivo de la gradación, pero en estrategias distintas. Así, en cuanto a los rasgos explicativo y narrativo, *Expansión* es más divulgativo y más narrativo que *Cinco Días*, aunque en este último, la explicación y la narración se ofrecen mediante la ampliación causal-consecutiva, concesiva, final y condicional y por medio de las relativas con antecedente espacio-temporal. Por último, en cuanto a la presencia de las fuentes, en *Cinco Días* aparecen más citas; sin embargo, en *Expansión* se hace una mayor referencia a ellas, convertidas en protagonistas de la información.

Finalmente, en los medios especializados en deportes, *Marca* destaca por su estilo narrativo, explicativo y documentado. En las secuencias narrativas aparecen verbos que favorecen el dramatismo y el efecto omnisciente, mientras que la ampliación se usa para explicar y profundizar en las circunstancias de los eventos. *Sport* destaca por sus noticias declarativas y por el estilo narrativo. Por un lado, es el medio deportivo que hace el mayor uso de la cita y de la referencia a la fuente; por otro, es mayoritario el uso de relativas con referentes espaciotemporales y de la ampliación con valor temporal. Su audiencia diversificada, perteneciente a perfiles socioeconómicos variados, favorece que sea el medio más informal de los tres. Las noticias de *As*, por su parte, son las que tienen menos citas y las menos cohesionadas, al utilizar en menor medida tanto la conexión textual como las estructuras complejas. En este último rasgo, *Marca* y *Sport* muestran un lenguaje más elaborado. En el primero, hay preferencia por las estructuras complejas y la conexión textual, aunque se prefiere el estilo directo; en el segundo, se opta por las estructuras simples, pero también por el estilo indirecto. Para acabar, los tres medios presentan diferentes grados de modalización, especialmente en el uso de los verbos de cita.

De forma sintética, esta información la desglosamos en la tabla siguiente:

Tabla 154. Perfil del medio y estilo periodístico

	Perfil del medio	Estilo periodístico
El País	<p><b>Línea editorial:</b> independiente, nacional, con vocación europeísta e iberoamericana, defensor de la democracia plural según los principios liberales y sociales.</p> <p><b>Lector habitual:</b> público masculino, en edades comprendidas entre los 35 y los 54 años y de un nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto.</p>	<p>a) <b>Estilo ± explicativo:</b> secuencias explicativas que tienden a la didacticidad, pero menor uso de explicación de las circunstancias no temporales (causales, consecutivas, concesivas, finales y condicionales).</p> <p>b) <b>Estilo + narrativo:</b> contextualización de los hechos con relativas de antecedente temporal y espacial y sucesión de eventos mediante la adición paratáctica, uso de ampliación temporal y de verbos que aportan viveza al relato y efecto omnisciente.</p> <p>c) <b>Estilo ± modalizado:</b> neutralidad en el uso de los verbos introductores de cita y menor uso de conectores de refuerzo argumentativo, pero uso de <i>pero</i> con valor textual y compromiso con la veracidad de la declaración de la fuente, cuando se trata de actividades mentales objetivas</p> <p>d) <b>Estilo - dinámico:</b> poco uso de conectores que favorecen la progresión de la información y predominio de la reorientación temática, que supone un mayor esfuerzo cognitivo.</p> <p>e) <b>Estilo + formal:</b> menor presencia de conectores propios del polo de la inmediatez comunicativa.</p> <p>f) <b>Estilo ± declarativo:</b> menor uso de referencia a la fuentes mediante <i>quien</i> y <i>como</i>, pero mayor uso de las declaraciones.</p> <p>g) <b>Estilo - documentado:</b> poco uso de las relativas explicativas y de la ampliación, lo que contribuye a una profundización menor en las circunstancias (no temporales) de los hechos.</p> <p>h) <b>Estilo - cohesionado:</b> sintaxis sencilla, con menos estructuras complejas, menor uso de la conexión textual y uso del estilo directo.</p>
El Mundo	<p><b>Línea editorial:</b> progresista y liberal, comprometido con la defensa del sistema democrático, las libertades públicas y los derechos humanos.</p> <p><b>Lector habitual:</b> grupo social de elevado poder adquisitivo (clase alta y media-alta), con un alto nivel de instrucción y de hábitat urbano.</p>	<p>a) <b>Estilo + explicativo:</b> uso de la exposición y la ejemplificación y preferencia por la explicación de las causas, consecuencias y propósitos de los hechos mediante la ampliación.</p> <p>b) <b>Estilo ± narrativo:</b> profundización en el contexto espacio-temporal mediante el inciso de la relativa explicativa, la ampliación con valor temporal y uso de verbos de cita que aportan viveza al relato, pero menor uso de la sucesión de eventos.</p> <p>c) <b>Estilo ± modalizado:</b> uso de conectores de refuerzo argumentativo, de <i>pero</i> con valor textual y presencia de verbos de cita con carga modal, pero alto uso de <i>decir</i>.</p> <p>d) <b>Estilo ± dinámico:</b> uso de conectores que favorecen el avance del texto, pero reorientación de temas y menor uso de la adición.</p> <p>e) <b>Estilo - formal:</b> mayor presencia de conectores del polo de la inmediatez comunicativa y poco uso de relativos cultos.</p> <p>f) <b>Estilo ± declarativo:</b> poco uso de <i>quien</i> y <i>como</i> para referir a las fuentes, pero mayor uso de las declaraciones.</p> <p>g) <b>Estilo ± documentado:</b> para la contextualización se prefiere la ampliación, en detrimento del uso de las oraciones adjetivas explicativas.</p> <p>h) <b>Estilo ± cohesionado:</b> preferencia por la conexión textual de la ampliación, pero uso de estructuras menos complejas y del estilo directo.</p>



<p>La Razón</p>	<p><b>Línea editorial:</b> ideología conservadora y católica.</p> <p><b>Lector habitual:</b> audiencia urbana, de elevada formación y perfil femenino.</p>	<p>a) <b>Estilo ± explicativo:</b> pocas secuencias con conectores de exposición, pero mayor uso de la ampliación causal-consecutiva, concesiva, final y condicional, que favorece este rasgo.</p> <p>b) <b>Estilo ± narrativo:</b> menos relativas explicativas con antecedente temporal y espacial, pero verbos de cita que favorecen el efecto omnisciente.</p> <p>c) <b>Estilo ± modalizado:</b> menor uso de <i>pero</i> con valor textual, pero preferencia de verbos de cita que se alejan de la retórica de la objetividad. Compromiso con la veracidad de la cita con verbos de actividad mental más objetiva.</p> <p>d) <b>Estilo + dinámico:</b> uso de conectores que favorecen la progresión informativa y de la adición paratáctica.</p> <p>e) <b>Estilo + formal:</b> uso de relativos cultos y menor uso de <i>y</i> con valor textual.</p> <p>f) <b>Estilo + declarativo:</b> uso de <i>quien</i> y <i>como</i> para referir a las fuentes.</p> <p>g) <b>Estilo + documentado:</b> uso de la relativa explicativa y de la ampliación, que contribuyen a la profundización en los hechos.</p> <p>h) <b>Estilo + cohesionado:</b> uso de conexión textual y de estructuras hipotéticas. Preferencia por el estilo indirecto.</p>
<p>ABC</p>	<p><b>Línea editorial:</b> tradicionalista, monárquico, nacional, católico e intelectual. Se considera líder de opinión en el sector conservador de la población.</p> <p><b>Lector habitual:</b> público masculino, mayoritariamente casado, con una educación superior o universitaria e índice socioeconómico medio y medio-alto.</p>	<p>a) <b>Estilo - explicativo:</b> menor presencia de conectores de ejemplificación y exposición.</p> <p>b) <b>Estilo - narrativo:</b> menor presencia de la sucesión de hechos y de la ampliación con valor temporal y menor uso de verbos presentadores de cita que aportan viveza al relato o efecto omnisciente.</p> <p>c) <b>Estilo ± modalizado:</b> menor uso de conectores de refuerzo argumentativo, de <i>pero</i> con valor textual y menor distancia respecto a las palabras de la fuente, por el menor uso de verbos con carga modal y no inferenciales. Por el contrario, menor uso de <i>decir</i> y mayor compromiso con la veracidad de la declaración en actividades mentales subjetivas.</p> <p>d) <b>Estilo ± dinámico:</b> poca adición paratáctica, pero menor presencia de la variación y, por tanto, menor reorientación en los temas y más facilidad para el procesamiento de la información.</p> <p>e) <b>Estilo + formal:</b> menor uso de conectores propios del canal oral y de la conjunción y con valor textual. Mayor uso de relativos cultos.</p> <p>f) <b>Estilo ± declarativo:</b> menor uso de las declaraciones, pero referencia a las fuentes mediante <i>quien</i> y <i>como</i>.</p> <p>g) <b>Estilo + documentado:</b> mayor uso de las relativas explicativas, que contribuyen a la profundización de los hechos.</p> <p>h) <b>Estilo + cohesionado:</b> uso de la conexión textual y de estructuras complejas.</p>

El Periódico	<p><b>Línea editorial:</b> independiente, abierto y plural, de ideología catalanista no nacionalista y progresista. De corte popular.</p> <p><b>Lector habitual:</b> clase media trabajadora, estudios de segundo grado y, en menor medida, universitarios. Hábitat urbano, pero no capitales.</p>	<p>a) <b>Estilo - explicativo:</b> poca explicación por menor uso de ejemplificación y exposición y por la menor presencia de ampliación causal-consecutiva, concesiva, final y condicional.</p> <p>b) <b>Estilo ± narrativo:</b> preferencia de la adición y acumulación de eventos en detrimento del uso de las relativas explicativas con antecedente temporal y espacial y de la ampliación temporal. Poca uso de verbos de cita que aportan dramatismo o efecto omnisciente.</p> <p>f) <b>Estilo ± modalizado:</b> uso de verbos puramente declarativos, pero también de otros con carga modal y uso de conectores de refuerzo argumentativo. Destaca por la no adhesión a las declaraciones de la fuente.</p> <p>c) <b>Estilo ± dinámico:</b> menor uso de conectores que favorecen el avance del texto y de la reorientación, pero mayor uso de la adición paratáctica.</p> <p>g) <b>Estilo - formal:</b> uso de conectores propios de la inmediatez comunicativa y menos relativos cultos.</p> <p>e) <b>Estilo - declarativo:</b> menor uso de las declaraciones.</p> <p>d) <b>Estilo - documentado:</b> poca profundización en los contenidos mediante la ampliación.</p> <p>h) <b>Estilo ± cohesionado:</b> menor uso de la conexión textual, preferencia por las estructuras simples y predominio del estilo directo, pero uso de adición y variación hipotáctica.</p>
Expansión	<p><b>Línea editorial:</b> liberal, independiente y de espíritu crítico. Sus dos grandes principios son la defensa del empresario y del inversor, y la de la libertad económica y el libre comercio.</p> <p><b>Lector habitual:</b> lectores con intereses profesionales entre semana, lectores interesados a nivel personal en fin de semana. Clase media alta y grado de instrucción media y superior. Público masculino.</p>	<p>a) <b>Estilo + explicativo:</b> carácter divulgativo en el uso de la exposición y ejemplificación.</p> <p>b) <b>Estilo + narrativo:</b> verbos que aportan dramatismo y efecto omnisciente, predominio de sucesión de hechos y de la contextualización espacio-temporal.</p> <p>c) <b>Estilo - modalizado:</b> uso de <i>decir</i> y distancia con respecto a la veracidad de las palabras de la fuente.</p> <p>d) <b>Estilo + dinámico:</b> conectores de clarificación que favorecen la progresión informativa y uso de adición, que favorece el menor esfuerzo cognitivo en la comprensión de la información.</p> <p>e) <b>Estilo ± formal:</b> menos conectores del polo de la inmediatez comunicativa y mayor uso de relativos que pertenecen a registros más formales, pero mayor presencia de <i>y</i> con valor textual.</p> <p>f) <b>Estilo + declarativo:</b> referencia a las fuentes informativas mediante los relativos <i>quien</i> y <i>como</i>.</p> <p>g) <b>Estilo + documentado:</b> profundización en los hechos mediante las relativas explicativas.</p> <p>g) <b>Estilo + cohesionado:</b> preferencia por el uso de hipotaxis (estructuras complejas predominantes: relativas explicativas y subordinación adverbial).</p>

Cinco Días	<p><b>Línea editorial:</b> se considera un referente en el mundo empresarial. Es liberal y con una orientación política hacia el centro-izquierda.</p> <p><b>Lector habitual:</b> público especialista (inversores, directivos, profesionales), cualificado y con altos salarios, de educación universitaria y principalmente masculino.</p>	<p>a) <b>Estilo + explicativo:</b> uso de ampliación causal-consecutiva, concesiva, final y condicional.</p> <p>b) <b>Estilo + narrativo:</b> uso de relativas con antecedente temporal y espacial.</p> <p>c) <b>Estilo ± modalizado:</b> uso de conectores de refuerzo argumentativo, uso de <i>pero</i> con valor textual, uso de verbos introductores de cita que se alejan de la retórica de la objetividad, que tienen carga modal o que muestran adhesión a las palabras de la fuente, pero mayor uso de verbos puramente declarativos.</p> <p>d) <b>Estilo ± formal:</b> uso de conectores propios de la lengua oral y menor uso de relativos cultos, pero menor presencia de y con valor textual.</p> <p>e) <b>Estilo - dinámico:</b> uso de la variación, que supone un mayor esfuerzo cognitivo al propiciar la orientación del tema.</p> <p>f) <b>Estilo + declarativo:</b> uso de la proyección que implica una mayor presencia de declaraciones.</p> <p>g) <b>Estilo + documentado:</b> uso de la ampliación, estrategia que contribuye a la profundización en las 6 w's.</p> <p>h) <b>Estilo + cohesionado:</b> uso de conectores textuales y de construcciones en estilo indirecto.</p>
Marca	<p><b>Línea editorial:</b> de carácter nacional, se define como «el periódico de todas las aficiones», aunque su ideología es afín al Real Madrid.</p> <p><b>Lector habitual:</b> público lector masculino, de clase media, media alta y alta, de edades comprendidas entre los 24 y los 64.</p>	<p>a) <b>Estilo + explicativo:</b> uso de ampliación con valores causal, consecutivo, condicional, concesivo y final, con lo que las secuencias expositivas profundizan en las causas, consecuencias y propósitos de los hechos.</p> <p>b) <b>Estilo + narrativo:</b> verbos introductores de cita que aportan dramatismo y favorecen la omnisciencia.</p> <p>c) <b>Estilo ± dinámico:</b> uso de conectores que favorecen la lectura ágil, pero menor uso de la adición paratáctica y presencia de variación, que propicia el cambio de tema y por tanto un mayor procesamiento cognitivo.</p> <p>d) <b>Estilo + documentado:</b> uso de la ampliación, lo que contribuye a la profundización en las 6 w's.</p> <p>e) <b>Estilo ± modalizado:</b> neutralidad en el uso de verbos de lengua y distanciamiento de la veracidad de la información de la fuente en procesos mentales subjetivos, pero mayor grado de adhesión a la veracidad de las declaraciones en actividades mentales objetivas.</p> <p>f) <b>Estilo ± cohesionado:</b> nivel elevado de elaboración textual, con estructuras complejas y conectores, pero preferencia por el uso del estilo directo.</p>
Sport	<p><b>Línea editorial:</b> de línea editorial barcelonista manifiesta. Aunque su ámbito se restringe a Cataluña, tiene vocación global.</p> <p><b>Lector habitual:</b> perfil masculino, con un grado de instrucción medio. Audiencia diversificada respecto al nivel socioeconómico.</p>	<p>a) <b>Estilo - explicativo:</b> poco uso de la ejemplificación.</p> <p>b) <b>Estilo + narrativo:</b> uso de relativas con antecedente temporal y espacial y de ampliación con valor temporal.</p> <p>f) <b>Estilo ± modalizado:</b> uso de conectores de refuerzo argumentativo, preferencia por el uso de verbos de cita que se alejan de la retórica de la objetividad y de verbos con carga modal, pero menor uso de <i>pero</i> con valor textual y mayor uso del verbo puro <i>decir</i>.</p> <p>d) <b>Estilo - formal:</b> uso de conectores propios de la oralidad y poco uso de relativos cultos.</p> <p>e) <b>Estilo + declarativo:</b> presencia de la referencia a la fuente, con el uso de <i>quien</i> y <i>como</i> y uso de la proyección global (mayor uso de las declaraciones).</p> <p>c) <b>Estilo ± cohesionado:</b> predominio de la adición y variación hipotácticas y del discurso indirecto, pero preferencia por estructuras simples y poco uso de conectores textuales.</p>

As	<p><b>Lector habitual:</b> lector medio masculino, de clases medias y altas y de edades comprendidas entre los 25 y los 54 años.</p> <p><b>Línea editorial:</b> periódico innovador en sus fórmulas, que apuesta por la información del fútbol del Real Madrid, Barcelona y Atlético.</p>	<p>a) <b>Estilo ± explicativo:</b> mayor uso de conectores de ejemplificación y de exposición, pero menor uso de la ampliación con valor causal, consecutivo, final y condicional.</p> <p>b) <b>Estilo ± narrativo:</b> poco uso de relativas con antecedente temporal y espacial y de ampliación con valor temporal, pero predominio de la sucesión de eventos con la adición paratáctica. Menor uso de verbos de cita que aportan viveza al relato y de efecto omnisciente.</p> <p>c) <b>Estilo ± modalizado:</b> menor uso de conectores de refuerzo argumentativo y distancia respecto a las palabras de la fuente por el menor uso de verbos con carga modal y no inferenciales, pero mayor uso de <i>pero</i> con valor textual y mayor compromiso con la veracidad de la declaración en actividades mentales subjetivas.</p> <p>d) <b>Estilo ± dinámico:</b> menor uso de conectores que favorecen la progresión informativa, pero mayor uso de la adición.</p> <p>e) <b>Estilo ± formal:</b> menor uso de conectores propios de la inmediatez comunicativa y presencia de y con valor textual, pero mayor uso de relativos cultos.</p> <p>f) <b>Estilo - declarativo:</b> menor uso de declaraciones.</p> <p>g) <b>Estilo ± documentado:</b> se prefiere la aclaración entre incisos antes que la profundización en las causas y consecuencias.</p> <p>h) <b>Estilo - cohesionado:</b> menor uso de conexión textual y de estructuras complejas.</p>
----	---	--

En cuanto a los límites y alcances de esta investigación, muchos han sido los elementos que se han quedado en el camino, por cuestiones de metodología y por la necesidad de seleccionar los mecanismos más susceptibles de un análisis cuantitativo determinado por la objetividad. Por productividad y utilidad del método de análisis en el corpus de estudio, no hemos tenido en cuenta la aposición y la oración yuxtapuesta, que Halliday ubica en la elaboración paratáctica. Asimismo, aunque hemos dedicado un epígrafe al uso de las conjunciones copulativas en el nivel oracional y textual, no hemos diferenciado la posición de los elementos de conexión de la elaboración paratáctica y de la ampliación paratáctica, lo que nos ha impedido profundizar en la articulación informativa. Por otro lado, al no contemplar el discurso proveniente de la fuente informativa como un texto oral, también hemos obviado el canal –oral o escrito– de aparición del conector. Otro de los límites de nuestro trabajo lo encontramos en la no identificación de los valores semánticos de algunos elementos de conexión, como los de la conjunción copulativa *y*. Por superar los límites de los objetivos marcados y también por razones en la operatividad y análisis de corpus, no hemos tenido en cuenta este factor. Todos estos supuestos se podrían llevar a cabo en futuras investigaciones, pero con un corpus más limitado.

Por otro lado, hay otros muchos aspectos del estilo de la noticia que en este trabajo no se han analizado, al no estar vinculados con las estrategias propuestas en las relaciones

lógico-semánticas de Halliday. Por ejemplo, en el aspecto de la complejidad oracional, hemos estudiado prácticamente todos los tipos de subordinación oracional, aunque la subordinación sustantiva no se ha analizado con el mismo detalle que el resto de estructuras, al estar vinculada a las relaciones de proyección únicamente por las construcciones de estilo indirecto. Así, la lingüística sistémico-funcional ofrece un amplio marco teórico que se puede aplicar al estudio de otros factores lingüísticos de la noticia. Pero otros enfoques, como la lingüística textual, el análisis del discurso, la pragmática o la sociolingüística, entre otras ramas del estudio de la lengua, abren vías, igual de interesantes, para el estudio del estilo periodístico, y que son complementarias a la orientación metodológica aportada por el presente estudio.

Para terminar, respecto a los alcances de esta tesis doctoral, pensamos que el inventario que hemos propuesto para el español de las relaciones lógico-semánticas ofrece garantías para analizar con solvencia, y de forma integral –al incluir elementos lingüísticos tan dispares– cualquier texto de cualquier género en lengua española. Su aplicación al estudio del lenguaje de la noticia escrita ha supuesto un aprendizaje continuo, lleno de aciertos y de errores, de avances y de retrocesos, de satisfacciones y de frustraciones. Con todo y a pesar de ello, ha sido un camino emocionante e ilusionante, pues supone un paso más en el conocimiento de la noticia como género, en un momento de transición, en el que la gran apuesta de los medios tradicionales por los formatos digitales, las innovaciones en los sistemas de suscripción para recuperar los lectores perdidos de la versión impresa y la captación de nuevos perfiles de público con distintos grados de demanda son, sin duda, factores que ya están marcando la transformación de la noticia: en el tratamiento de sus temas, en la relación con las fuentes y los lectores y, con ello, en su estilo comunicativo y lingüístico.



## BIBLIOGRAFÍA

- ABC (2001): *Libro de estilo*, Barcelona: Ariel.
- ADAM, Jean-Michel (1987): «Types de séquences textuelles élémentaires», *Pratiques*, 56: 54-79.
- ADAM, Jean-Michel (1992): *Los textos: tipos y prototipos. Relato, descripción, argumentación, explicación, diálogo*, Paris: Nathan.
- ADAM, Jean-Michel y Clara UBALDINA LORDA (1999): *Lingüística de los textos narrativos*, Barcelona: Ariel Lingüística.
- ALBERTINI, Emiliano y Adela RUIZ (2008): «Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso», *Revista Tram(p)as de La Comunicación y La Cultura*, 14-25.
- ALCÍBAR, Miguel (2004): «La divulgación mediática de la ciencia y la tecnología como recontextualización discursiva», *Anàlisi*, 31: 43-70.
- ALCOBA, Antonio (1980): *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*, Madrid: El autor.
- ALCOBA, Antonio (1993): *Cómo hacer periodismo deportivo*, Madrid: Thomson-Paraninfo.
- ALCOBA, Antonio (1999): *La prensa deportiva: tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*, Madrid: Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.
- ALCOBA, Antonio (2005): *Periodismo deportivo*, Madrid: Síntesis.
- ALONSO GONZÁLEZ, Marián (2015): «Influencias políticas y empresariales en la prensa española. El cambio de dirección en El País», *Revista de Comunicación de La SEECI*, 38: 182-224.
- ÁLVAREZ MARTÍNEZ, María Ángeles (1988): «Los pronombres “el cual” y “cuyo”. ¿Dos relativos en desuso?», *Revista de Filología. Universidad de La Laguna*, 6 y 7: 79-92.
- ANTOS, Gerd (1982): *Grundlagen einer Theorie des Formulierens*, Tübingen: Niemeyer.
- ARACIL, Lluís Vicent (1978): *Papers de sociolingüística*, Barcelona: Edicions de la Magrana.
- ARRECHEA, Fernando (2013): «Primera crónica periodística de un partido de fútbol jugado en España», *Cuadernos de Fútbol: Primera revista de historia del fútbol español*, 39: 1-2.
- ARRESE, Ángel (2006): «Entre la simplificación y el rigor», *Cuadernos de Información*, 19: 42-49.

- ARTIGAS, Rosa (2002): «Els patrons discursius com a procediment de construcció textual», *Llengua i Ús: Revista Tècnica de Política Lingüística*, 49-56.
- ARTIGAS, Rosa, Joan BELLÈS y Maria GRAU (2003): *Tipotext. Una tipologia de textos de no-ficció*, Vic: Eumo Editorial, Universitat de Vic.
- As (2018): *Libro de estilo*, Madrid: Diario As.
- ASHER, Nicholas y Alex LASCARIDES (2003): *Logics of conversation*, Cambridge: CUP.
- ASHER, Nicholas y Laure VIEU (2005): «Subordinating and coordinating discourse relations», *Lingua*, 115: 591-610.
- BADIA I MARGARIT, Antoni Maria (1973): *La llengua catalana ahir i avui*, Barcelona: Curial.
- BAENA PAZ, Guillermina (1990): *Géneros periodísticos informativos*, México D. F.: Pax México.
- BAJTÍN, Mijail (1982): *Estética de la creación verbal*, Madrid: Siglo XXI.
- BARBEITO, Vanina Andrea (2013): «La aposición como estrategia parafrástica», *Boletín de Filología*, 1: 11-32.
- BARRIOS RUBIO, Andrés (2016): «Narrativa periodística en la convergencia de medios», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22(1): 163-176.
- BASSOLS, Margarida y Anna M. TORRENT (2018): *Modelos textuales. Teoría y práctica*, Barcelona: Octaedro.
- BATEMAN, John A. y Klaas Jan RONDHUIS (1997): «Coherence relations: Towards a general specification», *Discourse Processes*, 24(1): 3-49.
- BAZZANELLA, Carla (2006): «Discourse Markers in Italian: towards a 'compositional' meaning», en K. Fischer (ed.): *Approaches to Discourse Particles*, Amsterdam: Elsevier, 449-464.
- BELL, Allan (1991): *The Language of News Media*, Oxford: Blackwell.
- BENAISSA PEDRIZA, Samia (2019): «Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital», *El Argonauta Español*, 16 (en línea: <https://journals.openedition.org/argonauta/3855>).
- BERNÁ SICILIA, Celia (2011): «Contestar versus responder. Análisis contrastivo de su combinatoria sintáctico-semántica», *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 48: 3-40.
- BERNAL, Sebastià y Albert CHILLÓN (1985): *Periodismo informativo de creación*, Editorial Mitre.
- BERNÁRDEZ, Enrique (1982): *Introducción a la lingüística del texto*, Madrid: Espasa-Calpe.



- BERNÁRDEZ, Enrique (1993-1994): «La coherencia textual como autorregulación en el proceso comunicativo», *BFUCh*, XXXIV: 9-32.
- BERNÁRDEZ, Enrique (2003): «El texto en el proceso comunicativo», *Revista de Investigación Lingüística*, VI (2): 7-28.
- BIBER, Douglas (1995): *Dimensions of register variation. A cross-linguistic comparison*, Cambridge: Cambridge University Press.
- BICK, Eckhard (2006): «A Constraint Grammar Parser for Spanish», *Proceedings of TIL 2006/4th Workshop on Information and Human Language Technology/* (Ribeirão Preto, October 27-28).
- BORRAT, Héctor (1993): «Hacia una teoría de la especialización periodística», *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 15: 79-84.
- BORRAT, Héctor (2003): «Narradores en interacción», *IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, 1: 60-83.
- BORREGUERO ZULOAGA, Margarita (2017): «La progresión temática textual : algunas cuestiones pendientes», *Actas del V Congreso de Lingüística General*: 445-458.
- BORREGUERO ZULOAGA, Margarita (2018): «Los encapsuladores anafóricos: una propuesta de clasificación», *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, 64: 179-203.
- BOYE, Kasper y Peter HARDER (2009): «Evidentiality: linguistic categories and grammaticalization», *Functions of language*, 16: 9-43.
- BRIZ GÓMEZ, Antonio (1993): «Los conectores pragmáticos en español coloquial (I): su papel argumentativo», *Contextos*, 21: 145-188.
- BRIZ GÓMEZ, Antonio (1998): *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmagramática*, Barcelona: Ariel.
- BRIZ GÓMEZ, Antonio, Salvador PONS BORDERÍA y José PORTOLÉS LÁZARO (coords.) (2008): *Diccionario de partículas discursivas del español* (en línea: <https://www.dpde.es>).
- BRONCKART, Jean Paul ET AL (1987): *Le fonctionnement des discours*, Neuchâtel-París: Délachaux et Niestlé.
- BROWN, Gillian y George YULE (1993): *Análisis del discurso*, Madrid: Visor.

- BUENO LAJUSTICIA, María Rosario (2000): «Estructura textual, macroestructura semántica y superestructura formal de la noticia», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 6: 239-258.
- BURGUET ARDIACA, Francesc (1997): *Construir les notícies. Una teoria de la redacció periodística*, Barcelona: Dèria Editors.
- BURGUET ARDIACA, Francesc (2002): «La trampa de la informació. La classificació dels gèneres periodístics com a coartada de l'objectivisme», *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 28: 121-155.
- BUSTOS GISBERT, José Manuel (2005): «Análisis discursivo de la noticia periodística», en Cortes et al. (coords.): *La traducción periodística*, Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha, 17-88.
- BUSTOS GISBERT, José Manuel (2013a): *Arquitectura: fundamentos discursivos del texto escrito en español*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- BUSTOS GISBERT, José Manuel (2013b): «Grado de evidenciación de la conexión textual en escritos de naturaleza expositiva», *Verba*, 40: 93-138.
- BUSTOS GISBERT, José Manuel (2014): «Conexión temporal y conectores temporales en textos narrativos», *LEA: Lingüística Española Actual*, 36/1: 35-74.
- BUSTOS GISBERT, José Manuel (2015): «Conexión discursiva en aprendices anglohablantes de ELE», *Revista Española de Lingüística*, 45/2: 7-40.
- BUSTOS GISBERT, José Manuel (2017): «La conexión discursiva en textos escritos descriptivos», *Rilce*, 33(2): 443-479.
- BUTLER, Christopher (2003): *Structure and Function: From clause to discourse and beyond*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- CALSAMIGLIA, Helena y Amparo TUSÓN (1999): *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*, Barcelona: Ariel.
- CALVO GUTIÉRREZ, Elvira, María Luisa GARCÍA GUARDIA y Patricia NÚÑEZ GÓMEZ (2013): «El periodismo económico y su desarrollo y expansión en la web 2.0.», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19: 35-51.
- CAMARGO FERNÁNDEZ, Laura (2008): «La representación del discurso en los corpus PRESEEA: metodología y propuesta de análisis», *XV Congreso Internacional de la Asociación de Lingüística y Filología de América Latina*, Montevideo.

- CANEL, María José (1999); «El País, ABC y El Mundo, tres manchetas, tres enfoques de las noticias», *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 6: 97-117.
- CARMONA YANES, Elena (2016): *El lector (inter)activo en la prensa escrita española* (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla). Depósito de investigación Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/handle/11441/33271>.
- CARRASCO AGUILAR, M, A. L. FERADO GARCÍA y L. J. SOLÍS CARRILLO (2012): «Tengo un amigo que su papá es traductor o cuyo, una palabra en vías de extinción», *Mutatis mutandi*, 5: 86-99.
- CARRILLO GUERRERO, Lázaro (2005): «Marco comunicativo del estilo en el uso de la lengua», *Ámbitos*, 13-14: 135-153.
- CASADO VELARDE, Manuel (1991): «Los operadores discursivos *es decir, esto es, o sea y a saber* en español actual: valores de lengua y funciones textuales», *Lingüística Española Actual*. XIII: 87-116.
- CASADO VELARDE, Manuel y Alberto DE LUCAS VICENTE (2013): «La evaluación del discurso referido en la prensa española a través de los verbos introductores», *Revista Signos*, 46(83): 332-360.
- CASSANY, Daniel (2002): *La cuina de l'escriptura*, Barcelona: La Butxaca.
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, Jesús (2002): *Tendencias actuales del idioma del deporte*, Salamanca: edición de autor.
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, Jesús (2006): «El idioma en la prensa deportiva», *Idioma y Deporte*, 72 (en línea: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>).
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, Jesús (2012): «El lenguaje periodístico del deporte en el idioma español del siglo XXI», *Historia y comunicación social*, 17: 343-358.
- CASTELLÀ I LIDÓN, Josep Maria (1992): *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*, Barcelona: Empúries.
- CASTELLÀ I LIDÓN, Josep Maria (1994): «Les tipologies textuales», en Cuenca, M. J. (ed.): *Lingüística i ensenyament de llengües*, València: Universitat de València, 109-124.
- CASTELLÀ I LIDÓN, Josep Maria (2002): *La complexitat lingüística en el discurs oral i escrit: densitat lèxica, composició oracional i connexió textual* (Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra). Repositorio Tesis doctorals en xarxa: <https://www.tesisenred.net/handle/10803/7486#page=1>.

- CASTELLÀ I LIDÓN, Josep Maria (2004): *Oralitat i escriptura. Dues cares de la complexitat del llenguatge*, Barcelona: Curial Edicions Catalanes, Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- CHAFE, Wallace (1982): «Integration and Involvement in Speaking, Writing, and Oral Literature», en Deborah Tannen i Roy Freedle (eds.): *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy*, 35-53, Norwood (Nova Jersey): Ablex.
- CHARAUDEAU, Patrick (2004): «La problemática de los géneros. De la situación a la construcción textual», *Signos*, 37(56): 23-39.
- CHARAUDEAU, Patrick (2012): «Los géneros: una perspectiva socio-comunicativa», en Shiro, Marta, Patrick Charaudeau y Luisa Granato (eds.): *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis*, Madrid: Iberoamericana, 19-44.
- CHILLÓN, Albert (2001): «El 'giro lingüístico' en periodismo y su incidencia en la comunicación periodística», *Cuadernos de Información*, 14 (enero-diciembre): 24-47.
- CHRISTIE, Frances (2000): «The language of classroom interaction and learning», en L. Unsworth (ed.): *Researching Language in Schools and Communities*, London: Cassell, 184-203.
- CIAPUSCIO, Guiomar (1994): *Tipos textuales*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- CIAPUSCIO, Guiomar (2005): «La noción de género en la Lingüística Sistémico Funcional y en la Lingüística Textual», *Revista Signos*, 38(57): 31-48.
- COCA, César y PEÑALVA, José Luis (1998): *Modelos de los medios de comunicación social: periodismo escrito*, Bilbao: Universidad del País Vasco.
- COMPANY RICO, José Antonio (2015): *Las construcciones relativas y sus distintos ámbitos: un estudio contrastivo francés/español* (Tesis doctoral, Universitat de València). Roderic (Repositori de contingut lliure de la Universitat de València): <http://hdl.handle.net/10550/50811>.
- CONTURSI, María Eugenia y Fabiola FERRO (2000): *La narración. Usos y teorías* (Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, vol. 5), Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- COSERIU, Eugenio (2007): *Lingüística del texto. Introducción a la hermenéutica del sentido*, Madrid: Arco Libros.
- CRYSTAL, David y Derek DAVY (1969): *Investigating English Style*, London: Longman.

- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (1989): «La connexió textual: l'adversitat en el nivell textual», *Caplletra: Revista Internacional de Filologia*, 7, 93-116.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (1990): «Els matisadors: connectors oracionals i textuais», *Caplletra, Revista Internacional de Filologia*, 8: 149-68.
- CUENCA ORDINYANA, MARIA JOSEP (1995): «MECANISMOS LINGÜÍSTICOS Y DISCURSIVOS DE LA ARGUMENTACIÓN», *COMUNICACIÓN, LENGUAJE Y EDUCACIÓN*, 25: 23-40.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep y Joseph CLARENCE HILFERTY (1999): *Introducción a la lingüística cognitiva*, Barcelona: Ariel.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (2001a): «Estudi estilístic i contrastiu de l'arquitectura de l'oració: estil segmentat vs. estil cohesionat», *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 7:105-120.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (2001b): «Anàlisi contrastiva dels marcadors de reformulació i exemplificació», *Caplletra: Revista Internacional de Filología*, 30: 47-71.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (2003a): «Cognició, pragmàtica i gramàtica», *Noves SL. Revista de Sociolingüística*, (en línea: <https://gencat.cat/llengua/noves/noves/hm03hivern/docs/cuenca.pdf>).
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (2003b): *Sintaxis catalana*, Barcelona: Editorial Uoc.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep y Àngels MASSIP (2005): «Connectors i processos de gramaticalització», *Caplletra: Revista Internacional de Filología*, 38: 259-277.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (2006): *La connexió i els connectors: perspectiva oracional i textual*, Vic: Eumo editorial.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (2010): *Gramática del texto*, Madrid: Arco Libros.
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep y Ludivine CRIBLE (2019): «Co-occurrence of discourse markers in English: From juxtaposition to composition», *Journal of Pragmatics*, 140: 171-184 (en línea: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.12.001>).
- CUENCA ORDINYANA, Maria Josep (2019): «Secuencias de conectores en el Corpus Val.Es.Co», *Normas*, 9: 50-63.
- DE BEAUGRANDE, Robert y Wolfgang ULRICH DRESSLER (1997): *Introducción a la lingüística del texto*, Barcelona: Ariel.
- DE BEAUGRANDE, Robert (2000): «La saga del análisis del discurso», en T.A.Van Dijk (coord.): *El discurso como estructura y proceso*, Barcelona: Gedisa, 67-106.

- DE BENITO, Carlota (2019): «Los corpus del español desde la perspectiva del usuario lingüista», *Scriptum Digital. Revista de Corpus Diacrònics i Edició Digital en Llengües Iberoromàniques*, 8: 1-21.
- DE FONTCUBERTA, Mar (1993): *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación 1.
- DE LA CRUZ CABANILLAS, Isabel y Cristina TEJEDOR MARTÍNEZ (2003): *La aplicación de las nuevas tecnologías al aprendizaje y enseñanza de lengua inglesa*, Madrid: Universidad de Alcalá (Colección Aula Abierta).
- DE LUCAS VICENTE, Alberto (2017): *Polifonía y argumentación: estrategias de introducción de discurso ajeno en un corpus de prensa española actual*. (Tesis doctoral, Universidad de Navarra), <http://adelucas.es/wp-content/uploads/2019/07/Tesis-v.4.pdf>.
- DEL RÍO, Rosa (2010): «Noticias económicas, el poder de la información», en I. Camacho, (coord.): *La especialización en el periodismo: formarse para informar*, Sevilla: Comunicación Social, 100-126.
- DEMONTE, Violeta e Ignacio BOSQUE (coord.)(1999): *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- DEZA BLANCO, Pablo (2005): «El uso de los conectores temporales en las noticias de sucesos escritas por periodistas españoles (PE) y estudiantes taiwaneses (AT) de ELE», *Actas ASELE XVI*: 235-246.
- DÍAZ GALÁN, Ana (2001): *Estudio de la cohesión léxica en las noticias de la prensa británica* (Tesis doctoral, Universidad de La Laguna). Repositorio Universidad de La Laguna: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/10003>.
- DOMÍNGUEZ GARCÍA, Lorena (2013): «Los relativos *que* y «*artículo + que*». La rentabilidad de esta distinción en la clase de E/LE», en Cabedo Nebot *et al.* (eds.): *Estudios de lingüística: investigaciones, propuestas y aplicaciones*, València: Universitat de València, 31-45.
- DOMÍNGUEZ GARCÍA, Noemí (1997): «Conectores: estado de la cuestión», *Interlingüística*, 6: 33-38.
- DOMÍNGUEZ GARCÍA, Noemí (2010): «Los marcadores del discurso y los tipos textuales», en Loureda Lamas, Ó. y E. Acín Villa (eds.): *Los estudios sobre marcadores del discurso en español, hoy*, Madrid: Arco Libros, 359-413.

- DOVIFAT, Emil (1964): *Periodismo*, México: Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana.
- DOWNING, Angela y Philip LOCKE (2006): *A University Course in English Grammar*, London and New York: Routledge Library Editions (Linguistics).
- EGBERT, Maria (2009): *Der Reparatur-Mechanismus in deutschen Gesprächen*, Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung.
- EGGINS, Suzanne y James Robert MARTIN (2003): «El contexto como género: una perspectiva lingüística funcional», *Revista Signos*, 36 (54): 185-205.
- EL MUNDO (1996): *Libro de estilo*, Madrid: Unidad Editorial.
- EL PAÍS (2002): *Libro de estilo*, Madrid: Ediciones de El País.
- ENGUIX OLIVER, Salvador (2015): «Periodismo especializado y especialización política», *Mediaciones Sociales*, 14: 103-128.
- ESCANDELL VIDAL, María Victoria (1996): *Introducción a la pragmática*, Barcelona: Ariel.
- ESCRIBANO, Asunción (2009): *Las voces del texto como recurso persuasivo*, Madrid: Arco Libros.
- ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (2004): «Información económica», en J. Fernández del Moral (coord.): *Periodismo especializado*, Barcelona: Ariel, 263- 284.
- ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (2005): «Información más especializada, profesionales más cualificados», en F. Paniagua (coord.): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*, Madrid: Asociación de Prensa, 193-204.
- ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (2010): «Fundamentos de la especialización periodística», en Camacho, I. (coord.): *La especialización en periodismo. Formarse para informar*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social, 11-26.
- ESTÉVEZ RIONEGRO, Noelia (2016): *Las construcciones de estilo directo en español. Estudio de corpus*. (Tesis doctoral, Universidad de Santiago de Compostela). Repositorio institucional de la USC: <http://hdl.handle.net/10347/15211>.
- FERNÁNDEZ LAGUNILLA, Marina y Covadonga PENDONES (1993): «Recursos polifónicos del narrador en el discurso periodístico», *Revista de filología románica*, 10: 285-294.
- FERNÁNDEZ LORENCES, Taresa (2012): «Hablar y decir: la especialización informativa de los verbos de lengua en español», *Verba*, 39: 189-217.
- FERNÁNDEZ SMITH, Gerard (2007): *Modelos teóricos de la lingüística del texto* (Vol. 7), Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.

- FRANCO, Antonio (2004): «El discurso periodístico a través de la lingüística textual», *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 43: 77-100.
- FRANCO, Antonio y Vanessa CASANOVA (2006): «Tema, rema y focalización: del enunciado al texto. Análisis de títulos y leads de prensa», *Quórum Académico*, 3(2): 54-79.
- FRANCO, Guillermo (2007): *Cómo escribir para la Web: bases para la discusión y construcción de manuales de redacción "online"*, Austin: Knight Foundation.
- FRASER, Bruce (1990): «An approach to discourse markers», *Journal of Pragmatics*, 14: 383-395.
- FRASER, Bruce (2006): «Towards a theory of discourse markers», en K. Fischer (ed.): *Approaches to Discourse Particles*, 189-204, Amsterdam: Elsevier.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1996): *La sintaxis de los relacionantes supraoracionales*, Madrid: Arco Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2009): *Diccionario de conectores y operadores del español*, Madrid: Arco Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2017): «Funciones discursivas de las estructuras parentéticas coordinadas», *Onomazein*, 35(1): 49-77.
- GARCÉS GÓMEZ, María Pilar (2008): *La organización del discurso: marcadores de ordenación y de reformulación*, Madrid: Iberoamericana.
- GARCÉS GÓMEZ, María Pilar (2010): «Marcadores de corrección y rectificación en los textos escritos», *Revista de Investigación*, 13: 87-105.
- GARCÍA CANDAU, Julián (2005): «El periodismo deportivo, ejemplo de partidismo», en J. Paniagua (coord.): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*, Madrid: Delegación de Publicaciones de la Asociación de la Prensa de Madrid, 219-224.
- GARCÍA GARCÍA, Serafina (1993): «Las fronteras de los pronombres relativos», *Verba: Anuario Galego de Filoloxia*, 20: 355-368.
- GARCÍA IZQUIERDO, Isabel (1998): *Mecanismos de cohesión textual: los conectores ilativos en español*, Castellón de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- GARRIDO, Joaquín (2007): «Construcción de discurso en noticias de prensa», *Revista Española de Lingüística (RSEL)*, 37: 139-168.



- GHIO, Elsa y María Delia FERNÁNDEZ (2005): *Manual de lingüística sistémico funcional: el enfoque de M.A.K. Halliday y R. Hassan: aplicaciones a la lengua española*, Buenos Aires: Universidad Nacional del Litoral.
- GHIO, Elsa, Federico NAVARRO Y Annabelle LUKIN (EDS.) (2017): *Obras esenciales de M. A. K. Halliday*, Santa Fe: Ediciones UNL.
- GILI GAYA, Samuel (1976): *Curso superior de sintaxis española*, Barcelona: Vox.
- GÓMEZ BUENO, Javier (2014): «La mezcla de géneros periodísticos en la prensa deportiva escrita en Cataluña», *Razón y palabra*, 87 (en línea: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/06\\_Gomez\\_V87.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/06_Gomez_V87.pdf)).
- GÓMEZ TORREGO, Leonardo (1999): «La variación en las subordinadas sustantivas: dequeísmo y queísmo», en Bosque, I. y V. Demonte (dirs.): *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa, vol. 3: 3549-3596.
- GOMIS, Lorenzo (2008): *Teoría de los géneros periodísticos*, Barcelona: Editorial UOC.
- GONZÁLEZ MELÓN, Eva (2013): *Uso y función de los marcadores del discurso en el discurso argumentativo oral: desde la tertulia hasta el debate político televisivo* (Tesis doctoral, Universidad de León). Repositorio Institucional Abierto: <https://buleria.unileon.es/handle/10612/3188>.
- GONZÁLEZ PÉREZ, Rosario (2003): «La coherencia textual como fenómeno discursivo», *Rilce*, 19.2: 217-242.
- GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, María José (2003): «Relaciones lógico-semánticas y su forma de expresión en el género noticia», *Atlantis*, 25.2: 55-59.
- GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, María José (2005): «Estrategias de acomodación del género noticia en función de su propósito comunicativo», *Babel Afial: Aspectos de Filología Inglesa y Alemana*, 14: 139-164.
- GONZÁLEZ PALENCIA, Rafael y José Carlos MENDAÑA (2012): *Marca. Libro de estilo*, Madrid: La esfera de los libros.
- GRIJELMO, Álex (2004): *El estilo del periodista*, Madrid: Taurus/Grupo Santillana.
- GRIMES, Joseph E. (1975): *The thread of discourse*, The Hague: Mouton.
- GUERRERO SALAZAR, Susana (2002): «El lenguaje deportivo entre coloquial y literario», *Isla de Arriarán: revista cultural y científica*, 19: 365-384.

- GUMPERZ, John J., Hannah KALTMAN y Mary Catherine O'CONNOR (1984): «Cohesion in Spoken and Written Discourse: Ethnic Style and the Transition to Literacy», en Deborah Tannen y Roy Freedle (eds.): *Coherence in Spoken and Written Discourse*, Norwood: Ablex.
- GUNTHER, Suzanne y Hubert KNOBLAUCH (1995): «Culturally pattered speaking practices-the analysis of communicative genres», *Pragmatic*, 5: 1-32.
- GUTIÉRREZ ARAUS, María Luz (2004): *Problemas fundamentales de la gramática del español como 2/L*, Madrid: Arco Libros.
- GUTIÉRREZ BARRIENTOS, Rosa María (2011): «Descripción sistémico-funcional y gramática multiregistro», *Estudios Filológicos*, 47: 59-82.
- HALLIDAY, Michael A. K., Angus MCINTOSH y Peter STREVEVS (1964): *The Linguistic Sciences and Language Teaching*, London: Longman.
- HALLIDAY Michael A. K. y Ruqaiya HASAN (1976): *Cohesion in English*, New York: Longman.
- HALLIDAY, Michael A. K. (1978): *Language as a Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*, London: Edward Arnold.
- HALLIDAY, Michael A. K. y Ruqaiya HASAN (1985): *Language, Context and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*, Victoria: Deakin University.
- HALLIDAY, Michael A. K. (1985): *An Introduction to Functional Grammar (First edition)*, London: Edward Arnold.
- HALLIDAY, Michael A. K. (1994): *An Introduction to Functional Grammar (Second edition)*, London: Edward Arnold.
- HALLIDAY, Michael A. K. y Christian M. I. M. MATTHIESSEN (1999): *Construing experience through meaning*, London and New York: Continuum.
- HALLIDAY, Michael A. K. (2004): *An Introduction to functional grammar (Third edition)*, London: Edward Arnold.
- HALLIDAY Michael A. K. y Christian M. I. M. MATTHIESSEN (2014): *Halliday's Introduction to Functional Grammar*, London: Routledge.
- HASAN, Ruqaiya (1978): «Text in the systemic–functional model», en W. Dressler (ed.): *Current trends in textlinguistics*, Berlín: Mouton de Gruyter, 228-246.

- HASAN, Ruqaiya (1984): «Coherence and Cohesive Harmony», en J. Flood (ed.): *Understanding Reading Comprehension: Cognition, Language, and the Structure of Prose*, Delaware: International Reading Association, 181-219.
- HASAN, Ruqaiya (1996): *Ways of saying, ways of meaning: Selected paper*, London: Cassel.
- HERNÁNDEZ ALONSO, Néstor (2003): *El lenguaje de las crónicas deportivas*, Madrid: Ediciones Cátedra.
- HERNÁNDEZ ALONSO, Néstor (2012): *Tendencias en el lenguaje deportivo actual*, Madrid: Editorial Visión Libros.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Manuel A. (2000): «Interviews with M.A.K. Halliday, Christian Matthiessen and James R. Martin», *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, 40: 229-256.
- HERNANDO, Bernardino M. (1990): *Lenguaje de la prensa*, Madrid: Ediciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- HERNANDO, Luis A. (1994): «Comunicación y lenguaje en el periodismo escrito», *Didáctica*, 6: 145-159.
- HERRSCHER, Roberto (2012): *Periodismo Narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura*, Barcelona: Universidad de Barcelona.
- HICKEY, Leo (ed.) (1989): *The pragmatics of style*, London and New York: Routledge Library Editions (Linguistics).
- HOBBS, Jerry R. (1985): «On the Coherence and Structure of Discourse», *Report No. CSLI-85-37*, Center for the Study of Language and Information, Stanford University.
- ISENBERG, Horst (1987): «Cuestiones fundamentales de tipología textual», en E. Bernárdez (ed.): *Lingüística del texto*, Madrid: Arco Libros, 95-130.
- JIMÉNEZ JULIÁ, Tomás (2003): «Como en español actual», *Verba: Anuario Galego de Filoloxia*, 30: 117-161.
- JOHNSON BARELLA, Doris (2005): «La literalidad en el uso de las citas directas en las noticias de la prensa regional navarra. Dos casos: Diario de Noticias y Diario de Navarra», *Comunicación y Sociedad*, XVIII(2): 109-140.
- KABATEK, Johannes (2005): «Tradiciones discursivas», *Lexis*, 2: 151-177.
- KABATEK, Johannes (Ed.) (2008): *Sintaxis histórica del español y cambio lingüístico: nuevas perspectivas desde las Tradiciones Discursivas*, Madrid: Iberoamericana.

- KNOTT, Alistair, Ted SANDERS, y Jon OBERLANDER (2001): «Levels of representation in discourse relations», *Cognitive Linguistics*, 12(3): 197-209.
- KOCH, Peter y Wulf OESTERREICHER (1985): «Sprache der Nahë –Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte», *Romanistisches Jahrbuch*, 36: 15-43.
- LABOV, William y Joshua WALETZKY (1967): «Narrative analysis», en Helm, June (ed.): *Essays on the verbal and visual arts*, Seattle: University of Washington Press, 12-44.
- LABOV, William (1972): *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- LARRONDO URETA, Ainara (2005): «Estructura discursiva de la noticia hipertextual: el valor de la información relacionada y documentada», *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 13: 155-175.
- LÓPEZ GARCÍA, Ángel (1994): *Gramática del español I. La oración compuesta*, Madrid: Arco Libros.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé (2011): «Construyendo las nuevas formas de informar en la sociedad red. Las mudanzas periodísticas», *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 86: 66-87.
- LÓPEZ PAN, Fernando (1997): «Consideraciones sobre la narratividad de la noticia. El imperio de una sinécdoque». *Communication & Society*, 10 (1): 9-60.
- LÓPEZ SAMANIEGO, Anna (2013): «Las etiquetas discursivas: del mantenimiento a la construcción del referente», *Estudios de Lingüística Universidad de Alicante*, 27, 167-197.
- LÓPEZ SERENA, Araceli y Margarita BORREGUERO ZULOAGA (2010): «Los marcadores del discurso y la variación lengua hablada vs. lengua escrita», en Loureda Lamas, Ó. y E. Acín Villa (eds.): *Los estudios sobre marcadores del discurso en español, hoy*, Madrid: Arco Libros, 415-495.
- LÓPEZ SERENA, Araceli (2011): «La doble determinación del nivel histórico en el saber expresivo. Hacia una nueva delimitación del concepto de tradición discursiva», *Romanistisches Jahrbuch*, 62(1): 59-97.
- LÓPEZ SERENA, Araceli y Margarita BORREGUERO ZULOAGA (2011): «Marcadores discursivos, valores semánticos y articulación informativa del texto: el peligro del enfoque

- lexicocentrista», en Ó. Loureda Lamas y H. Aschenberg (Eds.): *Marcadores del discurso: de la descripción a la definición*, Madrid: Iberoamericana, 169-210.
- LÓPEZ SERENA, Araceli y Óscar LOUREDA LAMAS (2013): «La reformulación discursiva entre lo oral y lo escrito: una aproximación teórica y experimental», *Oralia*, 16: 221-258.
- LÓPEZ-HERRERO, Paz *et al.* (2008): «Categorización de verbos mentales y diseño de una prueba extensiva de verbos de actividad mental en adultos», *Publicaciones*, 38: 133-144.
- LORENTE CASAFONT, Mercé (2002): «Verbos y discurso especializado», *Estudios de Lingüística del español*, 16 (en línea: <http://elies.rediris.es/elies16/Lorente.html>).
- LOUREDA LAMAS, Óscar (2003): *Introducción a la tipología textual*, Madrid: Arco Libros.
- LOUREDA LAMAS, Óscar (2010): «Nuevas perspectivas para el análisis del texto: introducción a una lingüística del texto integral», *Revista de Investigación Lingüística*, 13: 127-154.
- LOUREDA LAMAS, Óscar y Esperanza ACÍN VILLA (coords) (2010): *Los estudios sobre marcadores del discurso del español, hoy*, Madrid: Arco Libros.
- LOZARES, Carlos, Joan M. VERD, Joel MARTÍ y Pedro LÓPEZ (2002): «Relaciones, redes y discurso: revisión y propuestas en torno al análisis reticular de datos textuales», *Redes. Revista Hispana para el análisis de redes sociales* (en línea: <https://doi.org/10.5565/rev/redes.486>).
- MAINGUENEAU, Dominique (1981): *Approche de l'enonciation en linguistique française*, París: Hachette.
- MAINGUENEAU, Dominique (1989). *Introducción a los métodos de análisis del discurso. Problemas y perspectivas*, París: Hachette.
- MALDONADO ALEMÁN, Manuel (1995): «Coherencia y textualidad», *Revista de Filología Alemana*, 3: 163-186.
- MALDONADO, Concepción (1999): «Discurso directo e indirecto», en Bosque, I. y V. Demonte (dirs.): *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa, vol. 3: 3549-3596.
- MALINOWSKI, Bronislaw (1923): «The problem of meaning in primitive languages», en J. Maybin (ed): *Language and Literacy in Social Practice*, The Open University, 1-11.
- MALINOWSKI, Bronislaw (1935): *Coral Gradens and their Magic*. (Vol. 2), London: Allen y Unwin.

- MANCERA RUEDA, Ana (2008): «La reformulación en el discurso periodístico: una muestra de oralidad», *Oralia*, 11: 353-374.
- MANCERA RUEDA, Ana (2009): *Una aproximación al estudio de los marcadores discursivos en textos periodísticos españoles*, Michigan: Proquest/UMI Dissertations Publishing.
- MANN, William C., Christian M. I. M. MATTHIESSEN y Sandra A. THOMPSON (1992): «Rhetorical structure theory and text analysis», en Mann, W. C., y S. A. Thompson (coord.): *Discourse description*, Amsterdam: Benjamins, 39-78.
- MANN, William C. y María Teresa TABOADA (2007): «Rhetorical relations / Relaciones retóricas» (en línea: <http://www.sfu.ca/rst/08spanish/index.html>).
- MANN, William C. y Sandra A. THOMPSON (1986): «Relational propositions in discourse», *Discourse Processes*, 9: 57-90.
- MARAURI, Íñigo, María del Mar RODRÍGUEZ y María José CANTALAPIEDRA (2011): «Géneros informativos y estilo periodístico en la cobertura de sucesos en la prensa diaria de información general en España (1977-2000)», *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 30: 213-227.
- MARCU, Daniel y Abdessamad ECHIHABI (2002): «An unsupervised Approach to recognizing discourse relations», *Proceedings of the 40th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, 368-375.
- MARÍN JORDÀ, Maria Josep (2004): *Discurs i gramaticalització: verbs de percepció usats com a marcadors discursius en el debat electoral* (Tesis Doctoral, Universidad de Valencia). Repositorio Tesis doctorals en xarxa: <http://hdl.handle.net/10803/9804>.
- MARTÍ ANTONÍN, María Antonia e Irene CASTELLÓN MASALLES (2000): *Lingüística computacional*, Barcelona: Universitat de Barcelona.
- MARTÍ SÁNCHEZ, Manuel (2011): «Los conectores discursivos (entre los otros marcadores discursivos y los otros conectores)», *Linred: lingüística en la Red*, 9, (en línea: <http://hdl.handle.net/10017/24169>).
- MARTÍN MIGUEL, Francisco (1998): *La gramática de Halliday desde la filosofía de la ciencia*, Almería: Universidad de Almería (Colección Literatura y Lingüística).
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1986): *Géneros periodísticos*, Madrid: Editorial Paraninfo.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (2000): *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo*. Madrid: Editorial Paraninfo.

- MARTÍN ZORRAQUINO, María Antonia y José PORTOLÉS LÁZARO (1999): «Los marcadores discursivos», en I. Bosque, I. y V. Demonte (dirs.): *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa, vol. 3: 4051-4213.
- MARTIN, James Robert (1985): «Process and Text: Two Aspects of Semiosis», en Benson, J y W. Greaves (eds.): *Systemic Perspectives on Discourse: Selected Theoretical Papers from the 9th International Systemic Workshop*, vol. 1: 248-274.
- MARTIN, James Robert (1992): *English text: system and structure*. Amsterdam: Benjamins.
- MARTIN, James Robert (1997): «Analysing genre: Functional parameters», en F. Christie y J.R. Martin (eds.): *Genre and institutions*, London: Continuum, 3-39.
- MARTIN, James Robert (2001): «Language, register and genre», en A. Burns y C. Coffin (eds.): *Analysing English in a Global Context*, London and New York: Psychology Press, 149-166.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1981): *La información en una sociedad industrial: función social de los "mass-media" en un universo democrático*, Madrid: Tecnos.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1991): *Curso general de redacción periodística*, Madrid: Editorial Paraninfo.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José (1992): *Diccionario de información, comunicación y periodismo*, Madrid: Paraninfo.
- MARTÍNEZ GARCÍA, José Antonio (1994): *Cuestiones marginadas de gramática española*, Madrid: Istmo.
- MARTÍNEZ HERNANDO, Bernardino (1990): *El lenguaje de la prensa*, Madrid: Eudema Actualidad.
- MARTÍNEZ LANZÁN, Gloria (2010): «Los extranjerismos en la prensa económica», en Cifuentes et al (eds.): *Los caminos de la lengua. Estudios en homenaje a Enrique Alcaraz Varó*, Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante, 709-730.
- MARTÍNEZ LIROLA, María (2007): *Aspectos esenciales de la gramática sistémica funcional*, Alicante: Universidad de Alicante.
- MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando (1999): *Cómo se escriben las noticias*, Madrid: Librería Cervantes.
- MARTINI, Stella (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Bogotá: Norma.

- MATTHIESSEN, Christian M. I. M. (2002): «Combining clauses into clause complexes», en J. Bybee J. L. y M. Noonan (eds.): *Complex Sentences in Grammar and Discourse*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 235-319.
- MATTHIESSEN, Christian M. I. M. (2012): «Systemic Functional Linguistics as applicable linguistics: social accountability and critical approaches», *D.E.L.T.A.*, 28: 435-471.
- MATTHIESSEN, Christian M. I. M. (2014): «Applicable Discourse Analysis», en Fang Yan & Jonathan J. Webster (eds.): *Developing Systemic Functional Linguistics: theory and application*, London: Equinox, 135-205.
- MATTHIESSEN, Christian M. I. M. (2015): «English lexicogrammar through text : text typology and lexicogrammatical patterns», en X. Xunfeng y J. Chen (eds.): *Language Meaning: Grammar, Discourse and Corpus*, Shanghai Jiao Tong University Press, 1-49.
- MAURANEN, Anna (1993): «Cultural differences in academic discourse- Problems of a linguistic and cultural minority», *Publications de l'association Finlandaise de Linguistique Appliquée*, 51: 157-174.
- MCENERY, Tony (2003): «Corpus Linguistics», en R. Mitkov (ed.): *The Oxford Handbook of Computational Linguistics*, Oxford: Oxford University Press, 448-463.
- MCENERY, Tony y Andrew WILSON (1996): *Corpus Linguistics*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- MCQUAIL, Denis (2010): *McQuail's Mass Communication Theory*, London: SAGE Publications.
- MEDEROS MARTÍN, Humberto (1988): *Procedimientos de cohesión en español actual*, Santa Cruz: Universidad de Santa Cruz de Tenerife.
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (1999): «Análisis de la reproducción del discurso ajeno en los textos periodísticos», *Pragmalingüística*, 99-128.
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (2001): «Aspectos gramaticales y discursivos de los verbos de comunicación», en E. Méndez (coord.): *Indagaciones sobre la lengua: estudios de filología y lingüística españolas en memoria de Emilio Alarcos*, Sevilla: Universidad de Sevilla, 349-370.
- MENESES FERNÁNDEZ, María Dolores (2007): «En torno al Periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales», *Anàlisi : Quaderns de Comunicació i Cultura*, 35: 137-152.
- MONTOLÍO, Estrella (2001): *Conectores de la lengua escrita*, Barcelona: Ariel.



- MORIS, Juan Pablo y Federico NAVARRO (2007): «Género y registro en la Lingüística Sistémico Funcional. Un relevo crítico», *I Coloquio Argentino Del Grupo ECLAR Texto y Género*, Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- MORIS, Juan Pablo y Federico NAVARRO (2011): «Registro y género: cómo entiende la lingüística sistémico-funcional las clases estables de textos», *Texturas*, 10/11: 67-86.
- MOYANO, Estela *et al* (2009): «La gramática sistémico-funcional y la enseñanza de las lenguas en contextos latinoamericanos», *D.E.L.T.A.*, 25: 679-712.
- MUÑOZ TORRES, Juan Ramón (1997): «Aproximación al concepto de información periodística especializada», en Esteve Ramírez, F. (coord.): *Estudios sobre información periodística especializada*, Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU, 25-41.
- NARANJO DE ARCOS, Alicia (2011): *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona* (Tesis doctoral, Universidad de Málaga). Repositorio institucional de la Universidad de Málaga: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/4848>.
- NARBONA, Antonio (1995): «Español coloquial y variación lingüística», en L. Cortés (ed.): *El español coloquial. Actas del I Simposio sobre análisis del discurso oral*, Almería: Universidad de Almería: 31-42.
- NIGRO, Patricia y Victoria TONELLI (2013): «Los verbos de decir y su valor argumentativo en noticias de dos diarios de distribución gratuita de la ciudad de Buenos Aires», *Ecos de la Comunicación*, 6 (en línea: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/6878>).
- NOGALES BOCIO, Antonia y Rosalba MANCINAS CHÁVEZ (2014): «Los diarios de referencia en el mercado de la prensa española. Propiedad, grupos mediáticos y conexiones estructurales», *Correspondencias & Análisis*, 4: 307-333.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1999): «Lenguaje del político, lenguaje del informador», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 5: 111-127.
- OLIVA MARAÑÓN, Carlos (2012): «Lenguaje deportivo y comunicación social: prototipo coetáneo de masas», *Revista de Comunicación de La SEECI*, julio: 11-29.
- PALAU SAMPÍO, Dolors (2009): «Estilo y autoría en la información. Una aparente ausencia de identidad», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15: 347-366.

- PALAU SAMPÍO, Dolors (2009): *Estudi pragmaestilístic de la premsa escrita diària. Trets i usos estilístics en les distintes modalitats genèriques dels diaris d'informació general* (Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona). Tesis doctorals en xarxa: <http://hdl.handle.net/10803/4209>.
- PANIAGUA, Pedro (2003): *Información deportiva: especialización, géneros y entorno digital*, Madrid: Fragua.
- PANO ALAMÁN, Ana (2012): «Aproximación al discurso sobre la prima de riesgo en los titulares de economía de la prensa española», *Discurso & Sociedad*, 6 (4): 759-781.
- PARDO GONZÁLEZ-NANDÍN, Eduardo (2016): *La necrológica, un género periodístico vivo: la muerte como noticia a través de los diarios El País y El Mundo* (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla). Depósito de investigación Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/38617>.
- PAYRATÓ, Lluís (1998): *De profesión: lingüista. Panorama de la lingüística aplicada*, Barcelona: Ariel.
- PÉREZ CUIEL, Concepción (2005): *Estudio de las Fuentes de Información en el marco del Periodismo Especializado: Estrategias de selección y tratamiento de las fuentes en las secciones periodísticas: de El Mundo y El País* (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla). Depósito de investigación Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/handle/11441/24400>.
- PONS BORDERÍA, Salvador (1998): «Conexión y conectores. Estudio de su relación en el registro informal de la lengua», *Cuadernos de Filología*, Anejo XXVII, Valencia: Universitat de València.
- PONS BORDERÍA, Salvador (2000): «Los conectores», en A. Briz (eds): *Cómo se comenta un texto coloquial*, Barcelona: Ariel, 193-220.
- PONS BORDERIA, Salvador (2006): «A Functional Approach for the Study of Discourse Markers», en K. Fischer (ed.): *Approaches to Discourse Particles*, Amsterdam: Elsevier, 77-99.
- POOLE, Millicent E. y FIELD, T.W. (1976): «A Comparison of Oral and Written Code Elaboration», *Language and Speech*, 19: 305-311.
- PORTOLÉS LÁZARO, José (1993): «La distinción entre los conectores y otros marcadores del discurso en español», *Verba: Anuario galego de filoloxia*, 20: 141-170.

- RAMÍREZ DE LA PISCINA, Txema (1999): «Realidad y utopía de la especialización en el periodismo», *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 6 (en línea: <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/17391/15169>).
- RAMÍREZ DE LA PISCINA, Txema *et al.* (2013): *Estudio comparativo entre las ediciones digitales e impresas de Frankfurter Allgemeine Zeitung, Financial Times, Le Monde, Corriere della Sera y El País* (en línea: [https://www.ehu.eus/eu/web/hgh/content/-/asset\\_publisher/Gme9/content/konferentzia/pop\\_up](https://www.ehu.eus/eu/web/hgh/content/-/asset_publisher/Gme9/content/konferentzia/pop_up)).
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2009): *Nueva gramática de la lengua española*, Madrid: Espasa Libros.
- RENKEMA, Jan (2008): «Relaciones discursivas y variables de conectividad», *Revista Signos*, 41(66): 65-80.
- RENKEMA, Jan (2009): *The Texture of Discourse: Towards an Outline of Connectivity Theory*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- REPEDE, Doina (2014): *Los verbos de transferencia de información en los textos periodísticos: análisis sintáctico y discursivo* (Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla). Depósito de investigación Universidad de Sevilla: <https://hdl.handle.net/11441/73276>
- REYES, Graciela (1993): *Los procedimientos de cita: estilo directo y estilo indirecto*, Madrid: Arco Libros.
- ROBLES I SABATER, Ferran (2014): «Estructura informativa y reformulación: los recapitulativos *kurz gesagt* y *mit einem Wort*», *Revista de Filología Alemana*, 22: 207-226.
- RODRÍGUEZ MUÑOZ, Franciso José (2013): «La proyección sintagmática de las oraciones relativas en español», *Onomázein: Revista de lingüística, filología y traducción de la Pontificia Universidad Católica de Chile*, 28: 143-147.
- RODRÍGUEZ RAMALLE, Teresa (2014): «Conexiones discursivas y subordinación: recursos sintácticos y conjunciones», *Signo y Seña*, 25, 261–283.
- RODRÍGUEZ VERGARA, Daniel (2015): «Clause combining in research articles in Spanish and English: A systemic-functional analysis», *US-China Foreign Language*, 13(7): 471-482.
- ROJAS TORRIJOS, José Luis (2010): *Bases para la formulación de un libro de estilo de última generación. Construcción de un modelo teórico válido para los medios deportivos escritos y digitales en lengua española* (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla).

- Depósito de investigación Universidad de Sevilla:  
<https://idus.us.es/handle/11441/15974>.
- ROJO, Guillermo (1978): *Cláusulas y oraciones*, Santiago de Compostela: Verba, Anejo 14, Universidad de Santiago.
- ROJO, Guillermo (2008): «Lingüística de corpus y lingüística del español», *Actas del XV Congreso de la ALFAL*, (en línea: [http://gramatica.usc.es/~grojo/Publicaciones/Lgca\\_corpus\\_lgca\\_espanol.pdf](http://gramatica.usc.es/~grojo/Publicaciones/Lgca_corpus_lgca_espanol.pdf)).
- ROJO, Guillermo (2016): «Los corpus textuales del español», en Gutiérrez-Rexach, J. (ed.): *Enciclopedia lingüística hispánica*. Oxon: Routledge, 285-296.
- ROMERO ÁLVAREZ, María Lourdes (1997): «Anacronías: el orden temporal en el relato periodístico», *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 41: 63-92.
- RUBIO LACOPA, María (2005): «Nuevos tiempos para la documentación informativa en el periodismo digital: viejas y nuevas funciones del servicio de documentación digital», *Communication & Society*, 18(1): 153-170.
- SAAVEDRA VERGARA, Gonzalo (2000): «La “narrativización” del discurso y el “efecto omnisciente” en no ficción periodística», *Caplletra: Revista Internacional de Filología*, 29: 157-171.
- SAAVEDRA VERGARA, Gonzalo (2001): «Narradores que saben más», *Cuadernos de Información*, 14: 63-73.
- SALAVERRÍA, Ramón (2002): «Técnicas redaccionales para la divulgación científica», *Mediatika: cuadernos de medios de comunicación*, 8: 13-25.
- SALAVERRÍA, Ramón (2005): *Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla/Zamora: Comunicación Social.
- SALVADOR I LIERN, Vicent (2002): «Discurso periodístico y gestión social de los conocimientos: algunas observaciones sobre la didacticidad», *Anàlisi*, 28: 107-120.
- SÁNCHEZ, José Francisco (2004): «La narración periodística», en J. Cantavella y J. F. Serrano (coords.), Barcelona: Ariel, 225-238.
- SANDERS, Ted, Wilbert SPOOREN y Leo NOORDMAN (1992): «Toward a taxonomy of coherence relations», *Discourse Processes*, 15: 1-35.
- SANTALLA DEL RÍO, María Paula (2005): «La elaboración de corpus lingüísticos», en M. Cal, P. Núñez e I. M. Palacios (eds.): *Nuevas tecnologías en lingüística, traducción y*

- enseñanza de lenguas*, Universidade de Santiago de Compostela: Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 45-63.
- SANTAMARÍA OCHOA, Carlos D. (2011): *La entrevista periodística: ¿Género o Herramienta?* (Tesis Doctoral, Universidad de Santiago de Compostela). Repositorio Institucional USC: <http://hdl.handle.net/10347/3661>.
- SCHMIDT, Sigfried J. (1977): *Teoría del texto. Problemas de una lingüística de la comunicación verbal*, Madrid: Cátedra.
- SCHWANENFLUGEL, Paula J. *et al.* (1994): «The organization of mental verbs and folk theories of knowing», *Journal of Memory and Language*, 33: 376-395.
- SCHWANENFLUGEL, Paula J., Robbie L. HENDERSON Y William V. FABRICIUS (1998): «Developing organization of mental verbs and theory of mind in middle childhood: evidence from extensions», *Developmental Psychology*, 34(3): 512-524.
- SEARLE, John R. (1979): *Expression and meaning: studies in the theory of speech acts*, Cambridge: Cambridge University Press.
- SEARLE, John R. (1990): «Una taxonomía de los actos ilocucionarios», en L. Valdés (ed.): *La búsqueda del significado*, Madrid: Tecnos, 453-459.
- SEARLE, John R. (1994): *Actos de habla: ensayo de filosofía del lenguaje*, Madrid: Planeta Agostini.
- SEMINO, Elena, Mick SHORT y Jonathan CULPEPER (1997): «Using a Corpus to Test a Model of Speech and Thought Presentation», *Poetics*, 5: 17-43.
- SERAFINI, María Teresa (1994): *Cómo se escribe*, Barcelona: Ediciones Paidós.
- SHEEHAN, Paul V. (1972): *Reportorial writing*, Nueva York: Chilton B.
- SIMÓN PÉREZ, José Rafael (2006): «Propuesta para la determinación de los tipos de textos», *Sapiens*, 1: 163-179.
- SOLER BONAFONT, María Amparo (2019): *Semántica y pragmática de los verbos doxásticos en la interacción oral en español. Un estudio monográfico sobre la forma verbal "creo"* (Tesis doctoral, Universitat de València). Roderic (Repositori de contingut lliure de la Universitat de València): <https://roderic.uv.es/handle/10550/71798>.
- TABOADA, María Teresa (2004): *Building Coherence and Cohesion: Task-oriented Dialogue in English and Spanish*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.

- TABOADA, María Teresa (2012): «Los géneros discursivos: una perspectiva sistémico-funcional», en Shiro, M, P. Charaudeau y L. Granato (eds.): *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis*, Madrid: Iberoamericana, 45-67.
- THOMPSON, Geoff (2014): *Introducing functional grammar*, Nueva York: Arnold.
- THORNDYKE, Perry W. (1977): «Cognitive structures in comprehension and memory of narrative discourse», *Cognitive Psychology*, 9(1): 77-110.
- THORNDYKE, Perry W. (1979): «Human Processing of knowledge from Texts: acquisition, integration and reasoning», *Report prepared for Defense Advanced Research Projects Agency*, Santa Mónica: Rand Corporation.
- TUCHMAN, Gaye (1983): *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*, Barcelona: Gustavo Gili.
- UTARD, Jean Michel (2009): «For a socio-discursive approach of the journalism genres», *Comunicación y Medios*, 19: 19-27.
- VAN DIJK, Teun A. (1972): *Some aspects of Text-grammars A Study in Theoretical Linguistics and Poetics*, París: The Hague.
- VAN DIJK, Teun A. (1979): «Pragmatic connectives», *Journal of Pragmatics*, 3: 447-456.
- VAN DIJK, TEUN A. (1980a): *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*, Madrid: Cátedra.
- VAN DIJK, Teun A. (1980b): «The Semantics and Pragmatics of Functional Coherence in Discourse», en A. Ferrara: *Speech act theory: Ten years later*, Milano: Special issue of *Versus*, 49-65.
- VAN DIJK, Teun A. (1983): «Estructuras textuales de las noticias de prensa», *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 7/8: 77-105.
- VAN DIJK, Teun A. (1990a): *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona: Paidós Comunicación.
- VAN DIJK, Teun A. (1990b): «Social cognition and discourse», en H. Giles y W. P. Robinson (Eds.): *Handbook of Language and Social Psychology*, Nueva Jersey: John Wiley & Sons, 163-183.
- VAN DIJK, Teun A. (1992): *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*, Barcelona: Paidós Comunicación.

- VAN DIJK, Teun A. (1996): *Estructuras y funciones del discurso*, Madrid: Siglo veintiuno de España Editores.
- VAN DIJK, Teun A. (2006): «De la Gramática del Texto al Análisis Crítico del Discurso. Una breve autobiografía académica», *Discursos.org*, (en línea: <http://discursos.org/cv/De%20la%20gramatica%20del%20texto%20al%20analisis%20critico%20del%20discurso.pdf>).
- VELLÓN LAHOZ, Francisco Javier (2011): «El registro coloquial en el texto informativo: Entre el estilo periodístico y la estrategia comunicativa», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 17: 675-690.
- VELLÓN LAHOZ, Francisco Javier (2013a): *Norma y estilo en los libros de redacción*, Salamanca: Comunicación Social.
- VELLÓN LAHOZ, Francisco Javier (2013b): «El lenguaje periodístico: del ‘nido de lenguajes’ al ‘giro lingüístico’», *Communication & Society*, 26, 4: 153-173.
- VELLÓN LAHOZ, Francisco Javier (2014a): «Divulgación y didacticidad en el discurso periodístico: la información económica durante la crisis», *Zer, Revista de estudios de comunicación*, 19, 36: 99-119.
- VELLÓN LAHOZ, Francisco Javier (2014b): *Lengua española para comunicadores*, Castellón: Universitat Jaume I.
- VERA LUJÁN, Agustín (2012): «Relaciones sintácticas discursivas y tipos de actos de habla», en Jiménez Juliá *et al* (eds.): *Cum Corde et in Nova Grammatica*, Santiago de Compostela: Servizo de Publicacións e Intercambio Científico da Universidade de Santiago de Compostela, 867-879.
- VIDAL CASTELL, David (2002): «La transformació de la teoria del periodisme: una crisi de paradigma?», *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 28: 21-54.
- VIDAL CASTELL, David (2005): *El malson de Chandos: la crisi acadèmica i professional del periodisme des de la crisi postmoderna de la paraula*, Valencia: Universitat de València Servei de Publicacions.
- VILLANUEVA, María Luisa (1994): «Enunciación y progresión temática en los relatos de prensa. Aportaciones de la lingüística francesa al análisis del discurso», en J. F. Corcuera, M. Djian y A. Gaspar (eds.): *La Lingüística francesa. Situación y perspectivas a finales del siglo XX*, Zaragoza: Universidad de Zaragoza, 369-377.

- VILLAYANDRE LLAMAZARES, Milka (2008): «Lingüística con corpus», *E.H. Filología*, 30: 329-349.
- WARREN, Carl (1979): *Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia*, Barcelona: A. T. E.
- WERLICH, Egon (1976): *Typologie der texte*, Heilderberg: Quelle & Meyer.
- WHITE, Peter R. R. (1997a): «Death, disruption and the moral order: The narrative impulse in mass media 'hard news' reporting"», en F. Christie y J.R. Martin (eds.): *Genre and Institutions: Social Processes in the Workplace and School*, London: Cassell, 100-133.
- WHITE, Peter R. R. (1997b): «Racism, hegemonic discourse and the news story: Modelling genre in a cross-cultural, cross-discoursal training context», *Paper delivered at the Ninth Euro-International Systemic Functional Workshop*, Halle-Wittenberg, July 2-6.



# ANEXOS



## **ANEXO I. EXPANSIÓN**

- 1.1. Tablas de la elaboración paratáctica por medio y sección.
- 1.2. Tablas de la elaboración hipotáctica: relativas explicativas por tipos de medio y sección.
- 1.3. Tablas de la extensión por medio y sección.
- 1.4. Tablas de la ampliación paratáctica por medio y sección.
- 1.5. Tablas de la ampliación hipotáctica por medio y sección.

### 1.1. Tablas de la elaboración paratáctica por medio y sección

**Tabla I.** Elaboración paratáctica por secciones en *El País*

ELABORACIÓN PARATÁCTICA	EL PAÍS					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	353.914	121.157	185.893	98.361	145.285	904.610
Exposición	60	9	28	39	12	148
FN	17	7	15	40	8	16
Ejemplificación	47	26	75	11	18	177
FN	13	21	40	11	12	20
Clarificación	115	39	80	44	26	304
FN	32	32	43	45	18	34
Corrección	7	3	9	2	1	22
FN	2	2	5	2	1	2
Digresión	2	1	2	0	5	10
FN	1	1	1	0	3	1
Evasión	0	1	1	1	1	4
FN	0	1	1	1	1	0
Resumen	0	1	0	1	0	2
FN	0	1	0	1	0	0
Suma	13	3	5	1	5	27
FN	4	2	3	1	3	3
Verificación	73	25	54	29	14	195
FN	21	21	29	29	10	22
Particularización	20	5	9	10	0	44
FN	6	4	5	10	0	5
EXPOSICIÓN + EJEMPLIFICACIÓN	107	35	103	50	30	325
FN	30	29	55	51	21	36
CLARIFICACIÓN	115	39	80	44	26	304
FN	32	32	43	45	18	34
TOTAL	222	74	183	94	56	629
FN	63	61	98	96	39	70

**Tabla II.** Elaboración paratáctica por secciones en *El Mundo*

ELABORACIÓN PARATÁCTICA	EL MUNDO					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	342.391	105.639	44.283	68.841	96.722	657.876
Exposición	58	15	7	40	9	129
FN	17	14	16	58	9	20
Ejemplificación	50	27	11	22	15	125
FN	15	26	25	32	16	19
Clarificación	145	62	27	51	46	331
FN	42	59	61	74	48	50
Corrección	5	8	2	2	11	28
FN	1	8	5	3	11	4
Digresión	4	2	0	1	6	13
FN	1	2	0	1	6	2
Evasión	0	0	0	3	1	4
FN	0	0	0	4	1	1
Resumen	0	1	0	0	3	4
FN	0	1	0	0	3	1
Suma	9	8	3	1	3	24
FN	3	8	7	1	3	4
Verificación	99	39	17	23	22	200
FN	29	37	38	33	23	30
Particularización	28	4	5	21	0	58
FN	8	4	11	31	0	9
EXPOSICIÓN + EJEMPLIFICACIÓN	108	42	18	62	24	254
FN	32	40	41	90	25	39
CLARIFICACIÓN	145	62	27	51	46	331
FN	42	59	61	74	48	50
TOTAL	253	104	45	113	70	585
FN	74	98	102	164	72	89

**Tabla III.** Elaboración paratáctica por secciones en *La Razón*

ELABORACIÓN PARATÁCTICA	LA RAZÓN					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	265.697	93.674	94.861	70.605	72.768	597.605
Exposición	56	15	32	25	14	142
FN	21	16	34	35	19	24
Ejemplificación	41	17	23	11	9	101
FN	15	18	24	16	12	17
Clarificación	125	46	73	56	12	312
FN	47	49	77	79	16	52
Corrección	4	5	2	2	1	14
FN	2	5	2	3	1	2
Digresión	4	3	0	2	0	9
FN	2	3	0	3	0	2
Evasión	1	0	0	0	0	1
FN	0	0	0	0	0	0
Resumen	0	1	0	1	0	2
FN	0	1	0	1	0	0
Suma	5	3	8	3	3	22
FN	2	3	8	4	4	4
Verificación	58	27	48	23	5	161
FN	22	29	51	33	7	27
Particularización	53	7	15	25	3	103
FN	20	7	16	35	4	17
EXPOSICIÓN + EJEMPLIFICACIÓN	97	32	55	36	23	243
FN	37	34	58	51	32	41
CLARIFICACIÓN	125	46	73	56	12	312
FN	47	49	77	79	16	52
TOTAL	222	78	128	92	35	555
FN	84	83	135	130	48	93

**Tabla IV.** Elaboración paratáctica por secciones en ABC

ELABORACIÓN PARATÁCTICA	ABC					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	265.385	90.997	139.067	52.633	99.373	647.455
Exposición	43	3	21	19	10	96
FN	16	3	15	36	10	15
Ejemplificación	23	9	17	18	12	79
FN	9	10	12	34	12	12
Clarificación	117	40	66	43	47	313
FN	44	44	47	82	47	48
Corrección	5	1	5	1	1	13
FN	2	1	4	2	1	2
Digresión	4	2	2	0	3	11
FN	2	2	1	0	3	2
Evasión	1	0	1	0	0	2
FN	0	0	1	0	0	0
Resumen	0	0	2	0	0	2
FN	0	0	1	0	0	0
Suma	7	8	4	0	4	23
FN	3	9	3	0	4	4
Verificación	83	27	38	17	36	201
FN	31	30	27	32	36	31
Particularización	17	2	14	25	3	61
FN	6	2	10	47	3	9
EXPOSICIÓN + EJEMPLIFICACIÓN	66	12	38	37	22	175
FN	25	13	27	70	22	27
CLARIFICACIÓN	117	40	66	43	47	313
FN	44	44	47	82	47	48
TOTAL	183	52	104	80	69	488
FN	69	57	75	152	69	75



**Tabla V.** Elaboración paratáctica por secciones en *El Periódico*

ELABORACIÓN PARATÁCTICA	EL PERIÓDICO					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	226.407	69.172	118.017	78.617	103.379	595.592
Exposición	50	5	18	12	9	94
FN	22	7	15	12	9	16
Ejemplificación	35	9	22	16	4	86
FN	15	13	19	20	4	14
Clarificación	65	27	45	29	26	192
FN	29	39	38	37	25	32
Corrección	2	1	1	1	3	8
FN	1	0	5	1	3	1
Digresión	5	7	2	1	0	15
FN	2	10	2	1	0	3
Evasión	0	0	0	1	0	1
FN	0	0	0	1	0	0
Resumen	2	0	0	1	0	3
FN	1	0	0	1	0	1
Suma	4	7	3	3	5	22
FN	2	10	3	4	5	4
Verificación	44	11	25	19	17	116
FN	19	16	21	24	16	19
Particularización	8	1	14	3	1	27
FN	4	1	12	4	1	5
EXPOSICIÓN + EJEMPLIFICACIÓN	85	14	40	28	13	180
FN	38	20	34	36	13	30
CLARIFICACIÓN	65	27	45	29	26	192
FN	29	39	38	37	25	32
TOTAL	150	41	85	57	39	372
FN	66	59	72	73	38	62

**Tabla VI.** Elaboración paratáctica en los medios deportivos

ELABORACIÓN PARATÁCTICA	DEPORTIVOS			
	AS	MARCA	SPORT	TOTAL
Nº de palabras	309.627	871.489	415.810	1.596.926
Exposición	36	69	41	146
FN	12	8	10	9
Ejemplificación	34	59	26	119
FN	11	7	6	7
Clarificación	101	454	179	734
FN	33	52	43	46
Corrección	8	13	5	26
FN	3	1	1	2
Digresión	13	22	26	61
FN	4	3	6	4
Evasión	1	46	25	72
FN	0	5	6	5
Resumen	2	0	1	3
FN	1	0	0	0
Suma	8	42	17	67
FN	3	5	4	4
Verificación	60	273	82	415
FN	19	31	20	26
Particularización	9	58	23	90
FN	3	7	6	6
EXPOSICIÓN + EJEMPLIFICACIÓN	70	128	67	265
FN	23	15	16	17
CLARIFICACIÓN	101	454	179	734
FN	33	52	43	46
TOTAL	171	582	246	999
FN	55	67	59	63

**Tabla VII.** Elaboración paratáctica en los medios económicos

ELABORACIÓN PARATÁCTICA	ECONÓMICOS		
	<i>CINCO DÍAS</i>	<i>EXPANSIÓN</i>	TOTAL
Nº de palabras	314.773	420.464	735.237
Exposición	79	132	211
FN	25	31	0
Ejemplificación	61	121	182
FN	19	29	25
Clarificación	148	166	314
FN	47	39	43
Corrección	1	5	6
FN	0	1	1
Digresión	0	2	2
FN	0	0	0
Evasión	5	2	7
FN	2	0	1
Resumen	1	1	2
FN	0	0	0
Suma	10	8	18
FN	3	2	2
Verificación	85	97	182
FN	27	23	25
Particularización	46	51	97
FN	15	12	13
EXPOSICIÓN + EJEMPLIFICACIÓN	140	253	393
FN	44	60	53
CLARIFICACIÓN	148	166	314
FN	47	39	43
TOTAL	288	419	707
FN	91	100	96

1.2. Tablas de la elaboración hipotáctica:  
relativas explicativas por tipos de medio y sección

Tabla VIII. Elaboración hipotáctica en *El País*

Relativos	Contexto	CULTURA 121157	DEPORTES 145285	POLÍTICA 353914	ECONOMÍA 98361	SOCIEDAD 185893	EL PAÍS 904610
<i>que</i> + variantes con preposición	coma	256	362	748	196	387	1949
	paréntesis	7	5	13	11	17	53
	raya	0	1	0	0	1	2
	FA	263	368	761	207	405	2004
	FN	217	253	215	210	218	222
<i>el que</i> + variantes con preposición, género y número	coma	98	118	345	182	223	966
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	98	118	345	182	223	966
	FN	81	81	97	185	120	107
<i>quien/quienes</i> + variantes con preposición	coma	22	35	96	5	41	199
	paréntesis	0	1	2	0	0	3
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	22	36	98	5	41	202
	FN	18	25	28	5	22	22
<i>el cual</i> + variantes con preposición, género y número	coma	3	2	21	11	10	47
	paréntesis	0	0	0	0	1	1
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	3	2	21	11	11	48
	FN	2	1	6	11	6	5
<i>cuyo</i> + variantes con preposición, género y número	coma	21	23	62	17	29	152
	paréntesis	3	1	4	0	1	9
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	24	24	66	17	30	161
	FN	20	17	19	17	16	18
<i>donde</i> + variantes con preposición	coma	65	86	157	26	104	438
	paréntesis	1	2	2	1	4	10
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	66	88	159	27	108	448
	FN	54	61	45	27	58	50
<i>cuando</i>	coma	31	47	113	28	51	270
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	31	47	113	28	51	270
	FN	26	32	32	28	27	30
<i>como</i>	punto	14	10	9	4	10	47
	coma	39	37	89	30	59	254
	paréntesis	2	0	2	0	1	5
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	55	47	100	34	70	306
	FN	45	32	28	35	38	34

TOTAL	FA	562	730	1663	511	939	4405
	FN	464	502	470	520	505	487

**Tabla IX.** Elaboración hipotáctica en *El Mundo*

relativos	contexto	CULTURA 105639	DEPORTES 96722	POLÍTICA 342391	ECONOMÍA 68841	SOCIEDAD 44283	EL MUNDO 657876
<i>que</i> + variantes con preposición	coma	213	246	683	138	74	1354
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	1	0	0	0	1
	FA	213	247	683	138	74	1355
	FN	202	255	199	200	167	206
<i>el que</i> + variantes con preposición, género y número	coma	79	83	336	96	49	643
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	79	83	336	96	49	643
	FN	75	86	98	139	111	98
<i>quien/quienes</i> + variantes con preposición	coma	19	27	107	8	8	169
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	19	27	107	8	8	169
	FN	18	28	31	12	18	26
<i>el cual</i> + variantes con preposición, género y número	coma	8	0	16	7	4	35
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	8	0	16	7	4	35
	FN	8	0	5	10	9	5
<i>cuyo</i> + variantes con preposición, género y número	coma	26	16	51	11	11	115
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	26	16	51	11	11	115
	FN	25	17	15	16	25	17
<i>donde</i> + variantes con preposición	coma	64	53	152	18	32	319
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	64	53	152	18	32	319
	FN	61	55	44	26	72	48
<i>cuando</i>	coma	20	48	103	20	15	206
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	20	48	103	20	15	206
	FN	19	50	30	29	34	31
<i>como</i>	punto	4	4	22	0	8	38

	coma	45	35	103	13	17	213
	paréntesis	0	0	1	0	0	1
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	49	39	126	13	25	252
	FN	46	40	37	19	56	38
TOTAL	FA	478	513	1574	311	218	3094
	FN	452	530	460	452	492	470

**Tabla X.** Elaboración hipotáctica en *La Razón*

Relativos	Contexto	CULTURA 93674	DEPORTES 72768	POLÍTICA 265697	ECONOMÍA 70605	SOCIEDAD 94861	LA RAZÓN 597605
<i>que</i> + variantes con preposición	coma	245	196	470	153	137	1201
	paréntesis	10	4	0	1	0	15
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	255	200	470	154	137	1216
	FN	272	275	177	218	144	203
<i>el que</i> + variantes con preposición, género y número	coma	128	84	336	94	101	743
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	128	84	336	94	101	743
	FN	137	115	126	133	106	124
<i>quien/quienes</i> + variantes con preposición	coma	13	18	143	9	37	220
	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	13	18	143	9	37	220
	FN	14	25	54	13	39	37
<i>el cual</i> + variantes con preposición, género y número	coma	4	4	25	5	3	41
	paréntesis	0	0	0	0	1	1
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	4	4	25	5	4	42
	FN	4	5	9	7	4	7
<i>cuyo</i> + variantes con preposición, género y número	coma	22	1	48	13	15	99
	paréntesis	2	0	0	0	0	2
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	24	1	48	13	15	101
	FN	26	1	18	18	16	17
<i>donde</i> + variantes con preposición	coma	36	28	160	13	40	277
	paréntesis	0	0	0	0	1	1
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	36	28	160	13	41	278
	FN	38	38	60	18	43	47
<i>cuando</i>	coma	27	24	58	25	23	157

	paréntesis	0	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	27	24	58	25	23	157
	FN	29	33	22	35	24	26
<i>como</i>	punto	7	4	11	5	12	39
	coma	41	30	91	18	35	215
	paréntesis	0	0	1	0	3	4
	Raya	0	0	1	0	0	1
	FA	48	34	104	23	50	259
	FN	51	47	39	33	53	43
TOTAL		535	393	1344	336	408	3016
		571	540	506	476	430	505

**Tabla XI.** Elaboración hipotáctica en ABC

		CULTURA 90997	DEPORTES 99373	POLÍTICA 265385	ECONOMÍA 52633	SOCIEDAD 139067	ABC 647455
relativos	Contexto						
<i>que</i> + variantes con preposición	Coma	210	204	501	119	288	1322
	Paréntesis	5	3	7	2	7	24
	Raya	1	0	1	0	0	2
	FA	216	207	509	121	295	1348
	FN	237	208	192	230	212	208
<i>el que</i> + variantes con preposición, género y número	Coma	100	63	326	97	144	739
	Paréntesis	0	0	0	0	0	0
	Raya	0	0	0	0	0	0
	FA	100	63	326	97	142	728
	FN	110	63	123	184	102	112
<i>quien/quienes</i> + variantes con preposición	Coma	33	30	130	7	64	264
	Paréntesis	2	0	0	0	0	2
	Raya	0	0	0	0	0	0
	FA	35	30	130	7	64	266
	FN	38	30	49	13	46	41
<i>el cual</i> + variantes con preposición, género y número	Coma	2	4	12	3	12	33
	Paréntesis	0	1	0	0	0	1
	Raya	0	0	0	0	0	0
	FA	2	5	12	3	12	34
	FN	2	5	5	6	9	5
<i>cuyo</i> + variantes con preposición, género y número	Coma	24	13	69	14	33	153
	Paréntesis	0	0	0	0	1	1
	Raya	0	0	0	0	0	0
	FA	24	13	69	14	34	154
	FN	26	13	26	27	24	24



<i>donde</i> + variantes con preposición	Coma	53	41	134	9	75	312
	Paréntesis	0	1	3	1	1	6
	Raya	0	0	0	0	0	0
	FA	53	42	137	10	76	318
	FN	58	42	52	19	55	49
<i>cuando</i>	Coma	19	32	72	11	36	170
	Paréntesis	0	0	0	0	0	0
	Raya	0	0	0	0	0	0
	FA	19	32	72	11	36	170
	FN	21	32	27	21	26	26
<i>como</i>	Punto	3	10	18	6	9	46
	Coma	24	28	103	21	45	221
	Paréntesis	0	0	2	0	0	2
	Raya	0	0	0	0	0	0
	FA	27	38	123	27	54	269
	FN	30	38	46	51	39	42
TOTAL	FA	476	430	1378	290	713	3287
	FN	523	433	519	551	513	508

Tabla XII. Elaboración hipotáctica en *El Periódico*

relativos		contexto		CULTURA 69172	DEPORTES 103379	POLÍTICA 226407	ECONOMÍA 78617	SOCIEDAD 118017	EL PERIÓDICO 595592
<i>que</i> + variantes con preposición	coma	184	355	441	143	280	1403		
	paréntesis	8	6	11	6	3	34		
	raya	0	0	0	0	0	0		
	FA	192	361	452	149	283	1437		
	FN	278	349	200	190	240	241		
<i>el que</i> + variantes con preposición, género y número	coma	58	87	195	129	109	578		
	paréntesis	0	1	0	0	0	1		
	raya	0	0	0	0	0	0		
	FA	58	88	195	129	109	579		
	FN	84	85	86	164	92	97		
<i>quien/quienes</i> + variantes con preposición	coma	21	41	73	12	27	174		
	paréntesis	0	0	1	0	0	1		
	raya	0	0	0	0	0	0		
	FA	21	41	74	12	27	175		
	FN	30	40	33	15	23	29		
<i>el cual</i> + variantes con preposición, género y número	coma	0	3	12	4	3	22		
	paréntesis	0	0	0	0	0	0		
	raya	0	0	0	0	0	0		

	FA	0	3	12	4	3	22
	FN	0	3	5	5	3	4
<i>cuyo</i> + variantes con preposición, género y número	coma	18	10	37	17	20	102
	paréntesis	1	0	0	0	1	2
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	19	10	37	17	21	104
	FN	27	10	16	22	18	17
<i>donde</i> + variantes con preposición	coma	37	50	87	27	81	282
	paréntesis	1	0	0	0	0	1
	raya	1	0	0	0	0	1
	FA	39	50	87	27	81	284
	FN	56	48	38	34	69	48
<i>cuando</i>	coma	9	22	64	11	35	141
	paréntesis	0	0	0	1	0	1
	raya	0	0	0	0	0	0
	FA	9	22	64	12	35	142
	FN	13	21	28	15	30	24
<i>como</i>	punto	4	3	17	6	7	37
	coma	19	35	76	36	38	204
	paréntesis	0	1	2	0	0	3
	raya	0	0	0	0	1	1
	FA	23	39	95	42	46	245
	FN	33	38	42	53	39	41
TOTAL	FA	361	614	1016	392	605	2988
	FN	522	594	449	499	513	502

**Tabla XIII.** Elaboración hipotáctica en los medios especializados

		CINCO DÍAS 314773	SPORT 415810	MARCA 871489	AS 309627	EXPANSIÓN 420464
relativos	contexto					
<i>que</i> + variantes con preposición	coma	707	724	1731	658	1094
	paréntesis	25	9	9	33	24
	raya	0	2	0	0	0
	FA	732	735	1740	691	1118
	FN	233	177	200	223	266
<i>el que</i> + variantes con preposición, género y número	coma	509	344	791	277	699
	paréntesis	0	0	1	0	0
	raya	0	0	0	0	0
	FA	509	344	792	277	699
	FN	162	83	91	89	166

TOTAL	FN	394	259	291	313	432
<i>quien/quienes + variantes con preposición</i>	coma	37	175	102	57	50
	paréntesis	0	0	0	0	0
	raya	0	1	0	0	0
	FA	37	176	102	57	50
	FN	12	42	12	18	12
<i>el cual + variantes con preposición, género y número</i>	coma	15	12	29	11	15
	paréntesis	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0
	FA	15	12	29	11	15
	FN	5	3	3	4	4
<i>cuyo + variantes con preposición, género y número</i>	coma	57	37	52	29	81
	paréntesis	2	0	0	1	2
	raya	0	1	0	0	0
	FA	59	38	52	30	83
	FN	19	9	6	10	20
<i>donde + variantes con preposición</i>	coma	122	167	348	108	145
	paréntesis	4	0	1	4	3
	raya	0	1	0	0	0
	FA	126	168	349	112	148
	FN	40	40	40	36	35
<i>cuando</i>	coma	69	91	173	72	89
	paréntesis	0	0	0	0	0
	raya	0	0	0	0	0
	FA	69	91	173	72	89
	FN	22	22	20	23	21
<i>como</i>	punto	18	19	34	17	19
	coma	58	111	194	66	89
	paréntesis	1	1	0	6	2
	raya	0	0	1	0	0
	FA	77	131	229	89	110
	FN	24	32	26	29	26
TOTAL	FA	1624	1695	3466	1339	2312
	FN	516	408	398	432	550

Tabla XIV. Elaboración hipotáctica en los medios generalistas

		LA RAZÓN 597605	EL PAÍS 904610	EL MUNDO 657876	EL PERIÓDICO 595592	ABC 647455
relativos	contexto					
<i>que</i> + variantes con preposición	coma	1201	1949	1354	1403	1322
	paréntesis	15	53	0	34	24
	raya	0	2	1	0	2
	FA	1216	2004	1355	1437	1348
	FN	203	222	206	241	208
<i>el que</i> + variantes con preposición, género y número	coma	743	966	643	578	728
	paréntesis	0	0	0	1	0
	raya	0	0	0	0	0
	FA	743	966	643	579	728
	FN	124	107	98	97	112
TOTAL	FN	328	329	304	338	321
<i>quien/quienes</i> + variantes con preposición	coma	220	199	169	174	264
	paréntesis	0	3	0	1	2
	raya	0	0	0	0	0
	FA	220	202	169	175	266
	FN	37	22	26	29	41
<i>el cual</i> + variantes con preposición, género y número <i>cuyo</i> + variantes con preposición, género y número	coma	41	47	35	22	33
	paréntesis	1	1	0	0	1
	raya	0	0	0	0	0
	FA	42	48	35	22	34
	FN	7	5	5	4	5
<i>cuyo</i> + variantes con preposición, género y número	coma	99	152	115	102	153
	paréntesis	2	9	0	2	1
	raya	0	0	0	0	0
	FA	101	161	115	104	154
	FN	17	18	17	17	24
<i>donde</i> + variantes con preposición	coma	277	438	319	282	312
	paréntesis	1	10	0	1	6
	raya	0	0	0	1	0
	FA	278	448	319	284	318
	FN	47	50	48	48	49
<i>cuando</i>	coma	157	270	206	141	170
	paréntesis	0	0	0	1	0
	raya	0	0	0	0	0
	FA	157	270	206	142	170
	FN	26	30	31	24	26
<i>como</i>	punto	39	47	38	37	46
	coma	215	254	213	204	221
	paréntesis	4	5	1	3	2

	raya	1	0	0	1	0
	FA	259	306	252	245	269
	FN	43	34	38	41	42
TOTAL	FA	3016	4405	3094	2988	3287
	FN	505	487	470	502	508

### 1.3. Tablas de la extensión por medio y sección

**Tabla XV.** Extensión paratáctica e hipotáctica en *El País*

PARATAXIS ADICIÓN	EL PAÍS					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	353.914	121157	185.893	98.361	145285	904.610
positiva	9072	3271	4766	2392	4173	23674
FN	2563	2700	2564	2432	2872	2617
negativa	461	173	213	74	225	1146
FN	130	143	115	75	155	127
adversativa	1230	469	742	316	567	3324
FN	348	387	399	321	390	367
TOTAL	10763	3913	5721	2782	4965	28144
FN	3041	3230	3078	2828	3417	3111
PARATAXIS VARIACIÓN						
reemplazamiento	18	5	7	17	6	53
FN	5	4	4	17	4	6
sustracción	20	9	10	5	20	64
FN	6	7	5	5	14	7
alternativa	689	363	689	175	253	2169
FN	195	300	371	178	174	240
TOTAL	727	377	706	197	279	2286
FN	205	311	380	200	192	253
HIPOTAXIS ADICIÓN						
adversativa	143	39	86	69	53	390
FN	40	32	46	70	36	43
HIPOTAXIS VARIACIÓN						
sustracción	4	0	0	1	0	5
FN	1	0	0	1	0	1
TOTAL	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	353.914	121157	185.893	98.361	145285	904.610
PARATAXIS	11490	4290	6427	2979	5244	30430
FN	3247	3541	3457	3029	3609	3364
HIPOTAXIS	147	39	86	70	53	395
FN	42	32	46	71	36	44
TOTAL	11637	4329	6513	3049	5297	30825
FN	3288	3573	3504	3100	3646	3408

Tabla XVI. Extensión paratáctica e hipotáctica en *El Mundo*

PARATAXIS ADICIÓN	EL MUNDO					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	342.391	105.639	44.283	68.841	96.722	657.876
positiva	8.666	3.128	1.228	1.582	2.380	16.984
FN	2531	2961	2773	2298	2461	2582
negativa	496	107	41	54	148	846
FN	145	101	93	78	153	129
adversativa	1087	404	189	234	396	2310
FN	317	382	427	340	409	351
TOTAL	10.249	3.639	1.458	1.870	2.924	20.140
FN	2993	3445	3292	2716	3023	3061
PARATAXIS VARIACIÓN						
reemplazamiento	18	6	5	11	5	45
FN	5	6	11	16	5	7
sustracción	23	5	2	7	12	49
FN	7	5	5	10	12	7
alternativa	651	301	125	158	172	1407
FN	190	285	282	230	178	214
TOTAL	692	312	132	176	189	1501
FN	202	295	298	256	195	228
HIPOTAXIS ADICIÓN						
adversativa	144	28	16	47	40	275
FN	42	27	36	68	41	42
HIPOTAXIS VARIACIÓN						
sustracción	6	0	0	0	0	6
FN	2	0	0	0	0	1
TOTAL	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	342.391	105.639	44.283	68.841	96.722	657.876
PARATAXIS	10941	3.951	1.590	2.046	3.113	21.641
FN	3195	3740	3591	2972	3219	3290
HIPOTAXIS	150	28	16	47	40	281
FN	44	27	36	68	41	43
TOTAL	11091	3.979	1.606	2.093	3.153	21.922
FN	3239	3767	3627	3040	3260	3332



Tabla XVII Extensión paratáctica e hipotáctica en *La Razón*

PARATAXIS ADICIÓN	LA RAZÓN					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	265.697	93.674	94.861	70.605	72.768	597.605
positiva	6743	2912	2535	1667	2101	15958
FN	2538	3109	2672	2361	2887	2670
negativa	340	108	91	26	103	668
FN	128	115	96	37	142	112
adversativa	702	436	303	120	369	1930
FN	264	465	319	170	507	323
TOTAL	7785	3456	2929	1813	2573	18556
FN	2930	3689	3088	2568	3536	3105
PARATAXIS VARIACIÓN						
reemplazamiento	29	8	7	21	3	68
FN	11	9	7	30	4	11
sustracción	20	4	5	6	3	38
FN	8	4	5	8	4	6
alternativa	474	188	245	149	153	1209
FN	178	201	258	211	210	202
TOTAL	523	200	257	176	159	1315
FN	197	214	271	249	219	220
HIPOTAXIS ADICIÓN						
adversativa	133	58	42	46	66	345
FN	50	62	44	65	91	58
HIPOTAXIS VARIACIÓN						
sustracción	3	0	3	1	1	8
FN	1	0	3	1	1	1
TOTAL	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	265.697	93.674	94.861	70.605	72.768	597.605
PARATAXIS	8308	3656	3186	1989	2732	19871
FN	3127	3903	3359	2817	3754	3325
HIPOTAXIS	136	58	45	47	67	353
FN	51	62	47	67	92	59
TOTAL	8444	3714	3231	2036	2799	20224
FN	3178	3965	3406	2884	3846	3384

Tabla XVIII. Extensión paratáctica e hipotáctica en ABC

PARATAXIS ADICIÓN	ABC					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	265.385	90.997	139.067	52.633	99.373	647.455
positiva	6542	2547	3939	1361	2694	17083
FN	2465	2799	2832	2586	2711	2638
negativa	364	82	169	24	120	759
FN	137	90	122	46	121	117
adversativa	837	339	454	116	452	2198
FN	315	373	326	220	455	339
TOTAL	7743	2968	4562	1501	3266	20040
FN	2918	3262	3280	2852	3287	3095
PARATAXIS VARIACIÓN						
reemplazamiento	28	1	5	10	9	53
FN	11	1	4	19	9	8
sustracción	4	5	13	5	11	38
FN	2	5	9	9	11	6
alternativa	490	192	340	98	166	1286
FN	185	211	244	186	167	199
TOTAL	522	198	358	113	186	1377
FN	197	218	257	215	187	213
HIPOTAXIS ADICIÓN						
adversativa	111	35	79	41	45	311
FN	42	38	57	78	45	48
HIPOTAXIS VARIACIÓN						
sustracción	4	0	4	0	1	9
FN	2	0	3	0	1	1
TOTAL	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
	342.391	105.639	44.283	68.841	96.722	657.876
PARATAXIS	8265	3.166	4.920	1.614	3.452	21.417
FN	3114	3479	3538	3067	3474	3308
HIPOTAXIS	115	35	83	41	46	320
FN	43	38	60	78	46	49
TOTAL	8380	3.201	5.003	1.655	3.498	21.737
FN	3158	3518	3598	3144	3520	3357

**Tabla XIX.** Extensión paratáctica e hipotáctica en *El Periódico*

PARATAXIS ADICIÓN	EL PERIÓDICO					
	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	226.407	69.172	118.017	78.617	103.379	595.592
positiva	5762	2272	3081	2047	2713	15875
FN	2545	3285	2611	2604	2624	2665
negativa	281	74	141	54	228	778
FN	124	107	119	69	221	131
adversativa	752	242	352	264	399	2009
FN	332	350	298	336	386	337
TOTAL	6795	2588	3574	2365	3340	18662
FN	3001	3741	3028	3008	3231	3133
PARATAXIS VARIACIÓN						
reemplazamiento	15	0	1	7	1	24
FN	7	0	1	9	1	4
sustracción	18	3	9	3	4	37
FN	8	4	8	4	4	6
alternativa	437	152	295	150	135	1169
FN	193	220	250	191	131	196
TOTAL	470	155	305	160	140	1230
FN	208	224	258	204	135	207
HIPOTAXIS ADICIÓN						
adversativa	113	32	61	64	60	330
FN	50	46	52	81	58	55
HIPOTAXIS VARIACIÓN						
sustracción	0	0	1	0	0	1
FN	0	0	1	0	0	0
TOTAL	POLÍTICA	CULTURA	SOCIEDAD	ECONOMÍA	DEPORTES	TOTAL
Nº de palabras	226.407	69.172	118.017	78.617	103.379	595.592
PARATAXIS	7265	2743	3879	2525	3480	19892
FN	3209	3965	3287	3212	3366	3340
HIPOTAXIS	113	32	62	64	60	331
FN	50	46	53	81	58	56
TOTAL	7378	2775	3941	2589	3540	20223
FN	3259	4012	3339	3293	3424	3395

**Tabla XX.** Extensión paratáctica e hipotáctica en *los medios deportivos*

PARATAXIS ADICIÓN	DEPORTIVOS			
	AS	SPORT	MARCA	TOTAL
Nº de palabras	309627	415810	871489	1.596.926
positiva	9314	11144	22506	42964
FN	3008	2680	2582	2690
negativa	372	508	1033	1913
FN	120	122	119	120
adversativa	1479	1871	4465	7815
FN	478	450	512	489
TOTAL	11165	13523	28004	52692
FN	3606	3252	3213	3300
PARATAXIS VARIACIÓN				
reemplazamiento	28	58	123	209
FN	9	14	14	13
sustracción	28	30	101	159
FN	9	7	12	10
alternativa	414	560	1192	2166
FN	134	135	137	136
TOTAL	470	648	1416	2534
FN	152	156	162	159
HIPOTAXIS ADICIÓN				
adversativa	189	377	683	1249
FN	61	91	78	78
HIPOTAXIS VARIACIÓN				
sustracción	5	8	14	27
FN	2	2	2	2
TOTAL	AS	SPORT	MARCA	TOTAL
Nº de palabras	309627	415810	871489	1.596.926
PARATAXIS	11635	14171	29420	55226
FN	3758	3408	3376	3458
HIPOTAXIS	194	385	697	1276
FN	63	93	80	80
TOTAL	11829	14556	30117	56502
FN	3820	3501	3456	3538

**Tabla XXI.** Extensión paratáctica e hipotáctica en *los medios económicos*

PARATAXIS ADICIÓN	ECONÓMICOS		
	<i>CINCO DÍAS</i>	<i>EXPANSIÓN</i>	TOTAL
Nº de palabras	314773	420464	735237
positiva	7440	10330	17770
FN	2364	2457	2417
negativa	130	198	328
FN	41	47	45
adversativa	740	1111	1851
FN	235	264	252
TOTAL	8310	11639	19949
FN	2640	2768	2713
PARATAXIS VARIACIÓN			
reemplazamiento	39	65	104
FN	12	15	14
sustracción	19	23	42
FN	6	5	6
alternativa	753	980	1733
FN	239	233	236
TOTAL	811	1068	1879
FN	258	254	256
HIPOTAXIS ADICIÓN			
adversativa	201	321	522
FN	64	76	71
HIPOTAXIS VARIACIÓN			
sustracción	3	12	15
FN	1	3	2
TOTAL	<i>CINCO DÍAS</i>	<i>EXPANSIÓN</i>	TOTAL
Nº de palabras	314773	420464	735237
PARATAXIS	9121	12707	21828
FN	2898	3022	2969
HIPOTAXIS	204	333	537
FN	65	79	73
TOTAL	9325	13040	22365
FN	2962	3101	3042

#### 1.4. Tablas de la ampliación paratáctica por medio y sección

**Tabla XXII.** Ampliación paratáctica *El País*

<i>El País</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TOTAL
PARATAXIS	121157	145285	353914	98361	185893	904610
Espaciales	1	7	7	13	8	36
FN	1	5	2	13	4	4
Temporales	49	71	158	15	86	379
FN	40	49	45	15	46	42
Causales- consecutivas	33	38	111	45	62	289
FN	27	26	31	46	33	32
Condicionales	1	3	4	3	3	14
FN	1	2	1	3	2	2
Comparativas	0	8	1	3	2	14
FN	0	6	0	3	1	2
Concesivas	9	19	46	15	27	116
FN	7	13	13	15	15	13
Finales	6	2	16	9	12	45
FN	5	1	5	9	6	5
TOTAL	99	148	343	103	200	893
FN	82	102	97	105	108	99

**Tabla XXIII.** Ampliación paratáctica *El Mundo*

<i>El Mundo</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TOTAL
PARATAXIS	105639	96722	342391	68841	44283	657876
Espaciales	3	8	32	20	3	66
FN	3	8	9	29	7	10
Temporales	50	58	117	16	22	263
FN	47	60	34	23	50	40
Causales- consecutivas	30	30	138	39	17	254
FN	28	31	40	57	38	39
Condicionales	2	0	10	0	3	15
FN	2	0	3	0	7	2
Comparativas	2	1	9	0	4	16
FN	2	1	3	0	9	2
Concesivas	11	15	69	14	6	115
FN	10	16	20	20	14	17
Finales	5	3	13	8	2	31
FN	5	3	4	12	5	5
TOTAL	103	115	388	97	57	760
FN	98	119	113	141	129	116

**Tabla XXIV.** Ampliación paratáctica *La Razón*

<i>La Razón</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TOTAL
PARATAXIS	93674	72768	265697	70605	94861	597605
Espaciales	5	2	40	22	10	79
FN	5	3	15	31	11	13
Temporales	52	46	89	12	44	243
FN	56	63	33	17	46	41
Causales-consecutivas	39	25	118	39	47	268
FN	42	34	44	55	50	45
Condicionales	1	0	13	2	2	18
FN	1	0	5	3	2	3
Comparativas	2	1	8	3	9	23
FN	2	1	3	4	9	4
Concesivas	19	7	49	15	25	115
FN	20	10	18	21	26	19
Finales	12	6	13	6	10	47
FN	13	8	5	8	11	8
TOTAL	130	87	330	99	147	793
FN	139	120	124	140	155	133

**Tabla XXV.** Ampliación paratáctica *ABC*

<i>ABC</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TOTAL
PARATAXIS	90997	99373	265385	52633	139067	647455
Espaciales	1	2	34	13	12	62
FN	1	2	13	25	9	10
Temporales	32	34	97	11	49	223
FN	35	34	37	21	35	34
Causales-consecutivas	24	24	97	18	49	212
FN	26	24	37	34	35	33
Condicionales	0	0	10	3	1	14
FN	0	0	4	6	1	2
Comparativas	2	1	6	2	3	14
FN	2	1	2	4	2	2
Concesivas	9	5	39	14	13	80
FN	10	5	15	27	9	12
Finales	6	10	17	8	10	51
FN	7	10	6	15	7	8
TOTAL	74	76	300	69	137	656
FN	81	76	113	131	99	101



**Tabla XXVI.** Ampliación paratáctica *El Periódico*

<i>El Periódico</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TOTAL
PARATAXIS	69172	103379	226407	78617	118017	595592
Espaciales	2	0	7	6	1	16
FN	3	0	3	8	1	3
Temporales	13	49	86	11	34	193
FN	19	47	38	14	29	32
Causales-consecutivas	11	22	61	21	26	141
FN	16	21	27	27	22	24
Condicionales	0	0	4	2	6	12
FN	0	0	2	3	5	2
Comparativas	0	2	4	2	1	9
FN	0	2	2	3	1	2
Concesivas	11	4	46	20	16	97
FN	16	4	20	25	14	16
Finales	2	3	7	5	7	24
FN	3	3	3	6	6	4
TOTAL	39	80	215	67	91	492
FN	56	77	95	85	77	83

**Tabla XXVII.** Ampliación paratáctica especializados

Especializados	MARCA	AS	SPORT	TOTAL	CINCO DÍAS	EXPANSIÓN	TOTAL
PARATAXIS	871489	309627	415810	1596926	314773	420464	735237
Espacial	68	6	40	114	61	36	97
FN	8	2	10	7	19	9	13
Temporales	354	142	148	644	57	84	141
FN	41	46	36	40	18	20	19
Causales-consecutivas	364	99	126	589	120	151	271
FN	42	32	30	37	38	36	37
Condicionales	25	5	7	37	8	16	24
FN	3	2	2	2	3	4	3
Comparativas	13	2	4	19	12	4	16
FN	1	1	1	1	4	1	2
Concesivas	136	36	59	231	111	63	174
FN	16	12	14	14	35	15	24
Finales	47	12	20	79	33	37	70
FN	5	4	5	5	10	9	10
TOTAL	1007	302	404	1713	402	391	793
FN	116	98	97	107	128	93	108

### 1.5. Tablas de la ampliación hipotáctica por medio y sección

Tabla XXVIII. Ampliación hipotáctica *El País*

<i>El País</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TOTAL
HIPO TAXIS	121157	145285	353914	98361	185893	904610
Temporales						
<i>cuando</i>	161	290	311	65	247	1074
<i>mientras</i>	40	61	117	19	25	262
<i>antes de que</i>	9	18	39	6	18	90
<i>después de que</i>	13	16	85	10	29	153
FA	223	385	552	100	319	1579
FN	184	265	156	102	172	175
Locativas ( <i>donde</i> )						
FA	5	16	22	6	10	59
FN	4	11	6	6	5	7
Modales ( <i>como</i> )						
FA	11	16	11	5	7	50
FN	9	11	3	5	4	6
Causales						
<i>pues</i>	10	18	27	10	7	72
<i>porque</i>	118	220	365	93	261	1057
<i>ya que</i>	8	6	75	24	43	156
<i>puesto que</i>	1	7	16	4	5	33
<i>dado que</i>	1	2	15	2	5	25
FA	138	253	498	133	321	1343
FN	114	174	141	135	173	148
Ilativas						
<i>así que</i>	19	22	13	8	26	88
<i>de manera que</i>	0	2	2	3	3	10
<i>de forma que</i>	0	0	2	0	3	5
<i>de modo que</i>	4	3	6	7	6	26
<i>de ahí que</i>	5	1	10	5	5	26
FA	28	28	33	23	43	155
FN	23	19	9	23	23	17
Condicionales						
<i>si + si no</i>	108	182	392	108	264	1054
<i>siempre que</i>	3	2	4	3	3	15
<i>a no ser que</i>	0	0	2	0	0	2
<i>a menos que</i>	0	1	1	2	1	5
FA	111	185	399	113	268	1076
FN	92	127	113	115	144	119
Comparativas						
<i>como que</i>	0	0	0	0	1	1
<i>como si</i>	24	35	29	0	21	109
<i>igual que si</i>	0	1	0	0	0	1
FA	24	36	29	0	22	111
FN	20	25	8	0	12	12

Concesivas						
<i>aunque</i>	60	56	116	32	91	355
<i>si bien</i>	2	0	18	10	5	35
<i>pese a que</i>	8	9	31	26	13	87
<i>a pesar de que</i>	8	3	29	7	6	53
<i>incluso si</i>	3	1	5	0	1	10
FA	81	69	199	75	116	540
FN	67	47	56	76	62	60
Finales						
<i>para que</i>	50	46	192	41	89	418
<i>a fin de que</i>	0	0	0	0	1	1
<i>con el fin de que</i>	0	0	2	1	0	3
<i>con intención de que</i>	0	0	0	0	0	0
FA	50	46	194	42	90	422
FN	41	32	55	43	48	47
TOTAL						
FA	671	1034	1937	497	1196	5335
FN	554	712	547	505	643	590

**Tabla XXIX.** Ampliación hipotáctica *El Mundo*

<i>El Mundo</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TOTAL
HIPOTAXIS	105639	96722	342391	68841	44283	657876
Temporales						
<i>cuando</i>	117	148	329	45	64	703
<i>mientras</i>	37	33	158	19	15	262
<i>antes de que</i>	7	11	33	5	3	59
<i>después de que</i>	11	7	73	12	3	106
FA	172	199	593	81	85	1130
FN	163	206	173	118	192	172
Locativas (donde)						
FA	7	6	15	1	1	30
FN	7	6	4	1	2	5
Modales (como)						
FA	3	7	5	1	1	17
FN	3	7	1	1	2	3
Causales						
<i>pues</i>	13	24	24	10	19	90
<i>porque</i>	89	158	378	56	57	738
<i>ya que</i>	19	12	114	38	4	187
<i>puesto que</i>	6	2	19	3	3	33
<i>dado que</i>	3	1	20	8	1	33
FA	130	197	555	115	84	1081

FN	123	204	162	167	190	164
Ilativas						
<i>así que</i>	9	14	18	6	5	52
<i>de manera que</i>	0	1	4	3	2	10
<i>de forma que</i>	1	0	1	2	0	4
<i>de modo que</i>	5	2	7	3	0	17
<i>de ahí que</i>	3	4	1	0	3	11
FA	18	21	31	14	10	94
FN	17	22	9	20	23	14
Condicionales						
<i>si + si no</i>	83	125	313	72	34	627
<i>siempre que</i>	0	3	6	3	0	12
<i>a no ser que</i>	0	1	0	0	0	1
<i>a menos que</i>	0	2	0	0	0	2
FA	83	131	319	75	34	642
FN	79	135	93	109	77	98
Comparativas						
<i>como que</i>	0	0	0	0	0	0
<i>como si</i>	22	9	20	3	4	58
<i>igual que si</i>	0	0	0	0	0	0
FA	22	9	20	3	4	58
FN	21	9	6	4	9	9
Concesivas						
<i>aunque</i>	38	56	117	31	26	268
<i>si bien</i>	4	2	19	7	2	34
<i>pese a que</i>	3	8	38	7	2	58
<i>a pesar de que</i>	1	5	28	6	3	43
<i>incluso si</i>	0	0	2	0	0	2
FA	46	71	204	51	33	405
FN	44	73	60	74	75	62
Finales						
<i>para que</i>	35	39	210	36	19	339
<i>a fin de que</i>	0	2	0	0	0	2
<i>con el fin de que</i>	0	0	5	0	1	6
<i>con intención de que</i>	0	0	0	0	0	0
FA	35	41	215	36	20	347
FN	33	42	63	52	45	53
TOTAL						
FA	516	682	1957	377	272	3804
FN	488	705	572	548	614	578

Tabla XXX. Ampliación hipotáctica *La Razón*

<i>La Razón</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	LA RAZÓN
HIPOTAXIS	93674	72768	265697	70605	94861	597605
Temporales						
<i>cuando</i>	136	141	225	30	125	657
<i>mientras</i>	22	24	98	8	35	187
<i>antes de que</i>	4	10	21	2	5	42
<i>después de que</i>	8	10	71	13	14	116
FA	170	185	415	53	179	1002
FN	181	254	156	75	189	168
Locativas ( <i>donde</i> )						
FA	4	10	19	0	6	39
FN	4	14	7	0	6	7
Modales ( <i>como</i> )						
FA	8	3	8	1	6	26
FN	9	4	3	1	6	4
Causales						
<i>pues</i>	15	11	63	17	13	119
<i>porque</i>	124	122	236	38	99	619
<i>ya que</i>	48	24	109	29	63	273
<i>puesto que</i>	3	0	13	4	1	21
<i>dado que</i>	2	2	15	7	2	28
FA	192	159	436	95	178	1060
FN	205	219	164	135	188	177
Ilativas						
<i>así que</i>	10	6	15	0	10	41
<i>de manera que</i>	5	0	1	0	0	6
<i>de forma que</i>	2	0	1	7	0	10
<i>de modo que</i>	0	0	2	2	1	5
<i>de ahí que</i>	5	3	2	1	10	21
FA	22	9	21	10	21	83
FN	23	12	8	14	22	14
Condicionales						
<i>si + si no</i>	86	103	281	58	102	630
<i>siempre que</i>	0	1	2	3	3	9
<i>a no ser que</i>	1	0	1	0	0	2
<i>a menos que</i>	0	0	0	1	0	1
FA	87	104	284	62	105	642
FN	93	143	107	88	111	107
Comparativas						
<i>como que</i>	0	0	0	0	0	0
<i>como si</i>	12	14	21	0	8	55
<i>igual que si</i>	0	0	0	0	0	0
FA	12	14	21	0	8	55
FN	13	19	8	0	8	9

concesivas						
<i>aunque</i>	52	39	110	26	47	274
<i>si bien</i>	6	0	21	14	15	56
<i>pese a que</i>	3	16	26	5	2	52
<i>a pesar de que</i>	5	6	14	5	6	36
<i>incluso si</i>	0	0	2	1	0	3
FA	66	61	173	51	70	421
FN	70	84	65	72	74	70
Finales						
<i>para que</i>	38	53	163	43	70	367
<i>a fin de que</i>	0	0	1	0	0	1
<i>con el fin de que</i>	3	0	6	0	0	9
<i>con intención de que</i>	0	0	0	0	0	0
FA	41	53	170	43	70	377
FN	44	73	64	61	74	63
TOTAL						
FA	602	598	1547	315	643	3705
FN	643	822	582	446	678	620

Tabla XXXI. Ampliación hipotáctica ABC

ABC	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	ABC
HIPOTAXIS	90997	99373	265385	52633	139067	647455
Temporales						
<i>cuando</i>	125	169	248	21	173	736
<i>mientras</i>	38	36	85	10	46	215
<i>antes de que</i>	3	6	32	2	10	53
<i>después de que</i>	6	13	61	9	20	109
FA	172	224	426	42	249	1113
FN	189	225	161	80	179	172
Locativas ( <i>donde</i> )						
FA	5	5	14	1	8	33
FN	5	5	5	2	6	5
Modales ( <i>como</i> )						
FA	2	6	4	1	4	17
FN	2	6	2	2	3	3
Causales						
<i>pues</i>	19	23	36	12	35	125
<i>porque</i>	86	150	315	27	169	747
<i>ya que</i>	17	30	107	37	51	242
<i>puesto que</i>	5	0	12	2	6	25
<i>dado que</i>	0	2	11	1	4	18
FA	127	205	481	79	265	1157
FN	140	206	181	150	191	179
Ilativas						
<i>así que</i>	8	5	12	0	10	35
<i>de manera que</i>	1	1	2	1	3	8
<i>de forma que</i>	0	0	2	4	1	7
<i>de modo que</i>	0	4	2	4	1	11
<i>de ahí que</i>	2	1	5	0	4	12
FA	11	11	23	9	19	73
FN	12	11	9	17	14	11
Condicionales						
<i>si + si no</i>	67	108	255	66	110	606
<i>siempre que</i>	0	4	9	4	0	17
<i>a no ser que</i>	0	0	0	0	0	0
<i>a menos que</i>	0	0	2	0	0	2
FA	69	112	266	70	110	625
FN	76	113	100	133	79	97
Comparativas						
<i>como que</i>	0	0	1	0	1	2
<i>como si</i>	18	15	20	0	10	63
<i>igual que si</i>	0	0	0	0	0	0
FA	18	15	21	0	11	65
FN	20	15	8	0	8	10
Concesivas						



<i>aunque</i>	47	21	106	22	78	274
<i>si bien</i>	5	4	18	5	11	43
<i>pese a que</i>	8	3	29	4	12	56
<i>a pesar de que</i>	3	4	17	2	9	35
<i>incluso si</i>	0	0	2	0	1	3
FA	63	32	172	33	111	411
FN	69	32	65	63	80	63
Finales						
<i>para que</i>	35	40	159	23	69	326
<i>a fin de que</i>	0	0	0	0	0	0
<i>con el fin de que</i>	0	0	1	0	1	2
<i>con intención de que</i>	0	0	0	0	1	1
FA	35	40	160	23	71	329
FN	38	40	60	44	51	51
TOTAL						
FA	502	650	1567	258	848	3823
FN	552	654	590	490	610	590

Tabla XXXII. Ampliación hipotáctica *El Periódico*

<i>El Periódico</i>	CULTURA	DEPORTES	POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	EL PERIÓDICO
HIPO TAXIS	69172	103379	226407	78617	118017	595592
Temporales						
<i>cuando</i>	63	134	214	39	138	588
<i>mientras</i>	16	38	97	18	32	201
<i>antes de que</i>	3	12	21	4	18	58
<i>después de que</i>	7	11	47	7	14	86
FA	89	195	379	68	202	933
FN	129	189	167	86	171	157
Locativas ( <i>donde</i> )						
FA	1	4	4	2	3	14
FN	1	4	2	3	3	2
Modales ( <i>como</i> )						
FA	3	8	10	2	0	23
FN	4	8	4	3	0	4
Causales						
<i>pues</i>	2	7	29	11	7	56
<i>porque</i>	67	120	252	61	145	645
<i>ya que</i>	11	28	38	26	31	134
<i>puesto que</i>	1	1	6	0	1	9
<i>dado que</i>	0	1	13	0	5	19
FA	81	157	338	98	189	863
FN	117	152	149	125	160	145
Ilativas						
<i>así que</i>	15	13	8	1	5	42
<i>de manera que</i>	3	1	2	3	5	14
<i>de forma que</i>	1	0	6	0	2	9
<i>de modo que</i>	1	0	2	2	1	6
<i>de ahí que</i>	1	1	9	0	0	11
FA	21	15	27	6	13	82
FN	30	15	12	8	11	14
Condicionales						
<i>si + si no</i>	57	93	264	93	126	633
<i>siempre que</i>	1	3	5	0	2	11
<i>a no ser que</i>	0	1	0	0	0	1
<i>a menos que</i>	0	0	1	2	1	4
FA	58	97	270	95	129	649
FN	84	94	119	121	109	109
Comparativas						
<i>como que</i>	0	0	0	0	0	0
<i>como si</i>	7	18	11	3	5	44
<i>igual que si</i>	0	0	0	0	0	0
FA	7	18	11	3	5	44
FN	10	17	5	4	4	7

Concesivas						
<i>aunque</i>	20	33	60	33	35	181
<i>si bien</i>	1	0	9	6	4	20
<i>pese a que</i>	1	7	19	1	14	42
<i>a pesar de que</i>	2	16	22	1	6	47
<i>incluso si</i>	0	2	0	0	0	2
FA	24	58	110	41	59	292
FN	35	56	49	52	50	49
Finales						
<i>para que</i>	15	47	131	45	73	311
<i>a fin de que</i>	0	0	1	0	0	1
<i>con el fin de que</i>	0	0	0	0	0	0
<i>con intención de que</i>	0	0	0	0	0	0
FA	15	47	132	45	73	312
FN	22	45	58	57	62	52
TOTAL						
FA	299	599	1281	360	673	3212
FN	432	579	566	458	570	539

Tabla XXXIII. Ampliación hipotáctica *especializados*

Especializados	CINCO DÍAS	EXPANSIÓN	TOTAL	MARCA	AS	SPORT	TOTAL
HIPOTAXIS	314773	420464	735237	871489	309627	415810	1596926
Temporales							
<i>cuando</i>	161	246	407	1110	279	509	1898
<i>mientras</i>	52	56	108	163	79	105	347
<i>antes de que</i>	19	40	59	57	19	35	111
<i>después de que</i>	38	84	122	80	34	69	183
FA	270	426	696	1410	411	718	2539
FN	86	101	95	162	133	173	159
Locativas ( <i>donde</i> )							
FA	16	10	26	92	15	21	128
FN	5	2	4	11	5	5	8
Modales ( <i>como</i> )							
FA	2	6	8	77	20	27	124
FN	1	1	1	9	6	6	8
Causales							
<i>pues</i>	44	33	77	100	35	77	212
<i>porque</i>	198	285	483	1255	334	481	2070
<i>ya que</i>	84	249	333	424	102	157	683
<i>puesto que</i>	19	24	43	37	12	43	92
<i>dado que</i>	27	24	51	14	4	5	23
FA	372	615	987	1830	487	763	3080
FN	118	146	134	210	157	183	193
Ilativas							
<i>así que</i>	7	12	19	91	33	44	168
<i>de manera que</i>	6	4	10	0	4	5	9
<i>de forma que</i>	16	15	31	0	0	0	0
<i>de modo que</i>	11	2	13	27	2	0	29
<i>de ahí que</i>	4	12	16	28	6	7	41
FA	44	45	89	146	45	56	247
FN	14	11	12	17	15	13	15
Condicionales							
<i>si + si no</i>	335	400	735	1345	436	587	2368
<i>siempre que</i>	12	9	21	12	6	7	25
<i>a no ser que</i>	0	1	1	1	1	0	2
<i>a menos que</i>	0	3	3	1	0	1	2
FA	347	413	760	1359	443	595	2397
FN	110	98	103	156	143	143	150
Comparativas							
<i>como que</i>	0	0	0	0	0	0	0
<i>como si</i>	7	4	11	67	34	29	130
<i>igual que si</i>	0	0	0	2	0	0	2
FA	7	4	11	69	34	29	132
FN	2	1	1	8	11	7	8
Concesivas							

<i>aunque</i>	91	172	263	409	102	162	673
<i>si bien</i>	65	25	90	39	9	24	72
<i>pese a que</i>	22	25	47	86	33	65	184
<i>a pesar de que</i>	24	32	56	74	18	32	124
<i>incluso si</i>	5	2	7	4	1	2	7
FA	207	256	463	612	163	285	1060
FN	66	61	63	70	53	69	66
Finales							
<i>para que</i>	147	181	328	427	136	202	765
<i>a fin de que</i>	0	1	1	1	0	0	1
<i>con el fin de que</i>	4	4	8	2	0	0	2
<i>con intención de que</i>	0	0	0	0	0	0	0
FA	151	186	337	430	136	202	768
FN	48	44	46	49	44	49	48
TOTAL							
FA	1416	1961	3377	6025	1754	2696	10475
FN	450	466	459	691	566	648	656



## **ANEXO II. PROYECCIÓN**

2.1. Tablas de proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en FA y FN/100.000).

2.2. Tablas de proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en % respecto al total de verbos).

2.3. Tablas de proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en FA y FN/100.000).

2.4. Tablas de proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en % respecto al total de verbos).

2.1. Tablas de proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en FA y FN/100.000)



**Tabla I.** FA y FN en estilo directo *El País*

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	121.157		145.285		98.361		353.914		185.893	
<i>EL PAÍS</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	6	5	6	4	0	0	4	1	2	1
<i>advertir</i>	3	2	12	8	7	7	34	10	12	6
<i>afirmar</i>	9	7	16	11	11	11	94	27	50	27
<i>anunciar</i>	4	3	0	0	1	1	8	2	3	2
<i>apuntar</i>	7	6	21	14	13	13	11	3	32	17
<i>asegurar</i>	21	17	19	13	9	9	72	20	34	18
<i>confesar</i>	5	4	2	1	0	0	2	1	5	3
<i>confirmar</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>contar</i>	20	17	13	9	1	1	16	5	35	19
<i>contestar</i>	1	1	2	1	0	0	5	1	3	2
<i>decir</i>	54	45	110	76	30	30	199	56	132	71
<i>declarar</i>	4	3	8	6	5	5	25	7	14	8
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	1	1	0	0	0	0	3	1	1	1
<i>explicar</i>	57	47	49	34	24	24	79	22	77	41
<i>expresar</i>	0	0	1	1	0	0	7	2	1	1
<i>informar</i>	0	0	0	0	2	2	4	1	5	3
<i>insistir</i>	5	4	2	1	2	2	15	4	14	8
<i>manifestar</i>	0	0	0	0	0	0	8	2	0	0
<i>matizar</i>	0	0	2	1	0	0	2	1	5	3
<i>negar</i>	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1
<i>plantear</i>	1	1	0	0	0	0	4	1	2	1
<i>precisar</i>	1	1	1	1	3	3	1	0	2	1
<i>reclamar</i>	0	0	0	0	2	2	4	1	4	2
<i>reconocer</i>	6	5	10	7	1	1	9	3	11	6
<i>reiterar</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
<i>relatar</i>	3	2	7	5	0	0	6	2	18	10
<i>replicar</i>	0	0	1	1	0	0	2	1	0	0
<i>responder</i>	8	7	8	6	1	1	14	4	7	4
<i>señalar</i>	12	10	13	9	23	23	90	25	43	23
Total	229	189	305	210	135	137	723	204	513	276

Tabla II. FA y FN en estilo indirecto *El País*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	121.157		145.285		98.361		353.914		185.893	
<i>EL PAÍS</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	3	2	4	3	8	8	15	4	2	1
<i>advertir</i>	1	1	11	8	17	17	33	9	14	8
<i>afirmar</i>	8	7	5	3	12	12	78	22	49	26
<i>anunciar</i>	6	5	11	8	15	15	53	15	16	9
<i>apuntar</i>	6	5	3	2	15	15	18	5	12	6
<i>asegurar</i>	25	21	18	12	28	28	173	49	71	38
<i>confesar</i>	5	4	3	2	0	0	4	1	3	2
<i>confirmar</i>	4	3	4	3	5	5	22	6	10	5
<i>contar</i>	12	10	3	2	0	0	12	3	14	8
<i>contestar</i>	0	0	1	1	0	0	2	1	1	1
<i>decir</i>	36	30	32	22	29	29	130	37	61	33
<i>declarar</i>	0	0	3	2	3	3	13	4	5	3
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	18	15	15	10	19	19	55	16	52	28
<i>expresar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>informar</i>	2	2	2	1	2	2	26	7	2	1
<i>insistir</i>	3	2	3	2	12	12	31	9	13	7
<i>manifestar</i>	0	0	1	1	6	6	14	4	1	1
<i>matizar</i>	1	1	0	0	1	1	1	0	4	2
<i>negar</i>	3	2	4	3	2	2	23	6	2	1
<i>plantear</i>	1	1	3	2	6	6	3	1	2	1
<i>precisar</i>	0	0	0	0	6	6	12	3	10	5
<i>reclamar</i>	1	1	1	1	1	1	13	4	4	2
<i>reconocer</i>	6	5	9	6	10	10	39	11	17	9
<i>reiterar</i>	0	0	2	1	2	2	8	2	0	0
<i>relatar</i>	1	1	0	0	1	1	2	1	6	3
<i>replicar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>responder</i>	2	2	1	1	3	3	2	1	6	3
<i>señalar</i>	8	7	6	4	32	33	67	19	20	11
Total	152	125	145	100	235	239	851	240	397	214

Tabla III. FA y FN en estilo directo *El Mundo*

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	105.639		96.722		68.841		342.391		44.283	
<i>EL MUNDO</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	5	5	0	0	0	0	3	1	2	5
<i>advertir</i>	4	4	6	6	4	6	19	6	1	2
<i>afirmar</i>	13	12	18	19	13	19	52	15	8	18
<i>anunciar</i>	0	0	1	1	0	0	8	2	0	0
<i>apuntar</i>	5	5	10	10	4	6	12	4	3	7
<i>asegurar</i>	18	17	6	6	11	16	72	21	14	32
<i>confesar</i>	9	9	7	7	3	4	1	0	0	0
<i>confirmar</i>	3	3	0	0	1	1	9	3	0	0
<i>contar</i>	17	16	6	6	0	0	9	3	2	5
<i>contestar</i>	0	0	1	1	0	0	6	2	2	5
<i>decir</i>	41	39	62	64	16	23	201	59	17	38
<i>declarar</i>	1	1	3	3	5	7	20	6	2	5
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>exclamar</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	1	2
<i>explicar</i>	62	59	36	37	9	13	65	19	19	43
<i>expresar</i>	0	0	1	1	0	0	4	1	0	0
<i>informar</i>	0	0	0	0	1	1	11	3	0	0
<i>insistir</i>	2	2	12	12	2	3	26	8	1	2
<i>manifestar</i>	2	2	1	1	1	1	3	1	0	0
<i>matizar</i>	4	4	3	3	1	1	0	0	0	0
<i>negar</i>	1	1	1	1	0	0	4	1	0	0
<i>plantear</i>	1	1	0	0	1	1	4	1	0	0
<i>precisar</i>	0	0	2	2	3	4	3	1	0	0
<i>reclamar</i>	0	0	0	0	1	1	7	2	0	0
<i>reconocer</i>	8	8	16	17	1	1	6	2	2	5
<i>reiterar</i>	0	0	0	0	0	0	5	1	0	0
<i>relatar</i>	4	4	4	4	0	0	8	2	3	7
<i>replicar</i>	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0
<i>responder</i>	3	3	4	4	0	0	21	6	2	5
<i>señalar</i>	6	6	7	7	13	19	63	18	11	25
TOTAL	210	199	207	214	90	131	647	189	90	203

Tabla IV. FA y FN en estilo indirecto *El Mundo*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	105.639		96.722		68.841		342.391		44.283	
<i>EL MUNDO</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	1	1	8	8	5	7	14	4	1	2
<i>advertir</i>	4	4	3	3	21	31	44	13	3	7
<i>afirmar</i>	11	10	6	6	8	12	72	21	2	5
<i>anunciar</i>	4	4	5	5	12	17	56	16	0	0
<i>apuntar</i>	4	4	5	5	6	9	28	8	2	5
<i>asegurar</i>	7	7	8	8	32	46	177	52	6	14
<i>confesar</i>	3	3	1	1	0	0	5	1	0	0
<i>confirmar</i>	4	4	5	5	5	7	40	12	3	7
<i>contar</i>	4	4	2	2	1	1	12	4	1	2
<i>contestar</i>	1	1	1	1	0	0	4	1	0	0
<i>decir</i>	30	28	31	32	17	25	138	40	16	36
<i>declarar</i>	1	1	3	3	7	10	22	6	0	0
<i>discutir</i>	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	4	4	4	4	9	13	72	21	0	0
<i>expresar</i>	0	0	1	1	0	0	3	1	0	0
<i>informar</i>	0	0	2	2	2	3	14	4	0	0
<i>insistir</i>	3	3	6	6	8	12	44	13	8	18
<i>manifestar</i>	0	0	1	1	4	6	4	1	0	0
<i>matizar</i>	0	0	2	2	1	1	6	2	0	0
<i>negar</i>	0	0	2	2	4	6	20	6	0	0
<i>plantear</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>precisar</i>	0	0	1	1	2	3	6	2	0	0
<i>reclamar</i>	1	1	2	2	1	1	11	3	0	0
<i>reconocer</i>	4	4	8	8	17	25	33	10	2	5
<i>reiterar</i>	0	0	1	1	1	1	10	3	0	0
<i>relatar</i>	2	2	0	0	0	0	5	1	1	2
<i>replicar</i>	0	0	0	0	1	1	3	1	0	0
<i>responder</i>	1	1	1	1	1	1	14	4	0	0
<i>señalar</i>	3	3	5	5	26	38	56	16	5	11
TOTAL	92	87	114	118	192	279	916	268	50	113

**Tabla V.** FA y FN en estilo directo *La Razón*

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	93.674		72.768		70.605		265.697		94.861	
LA RAZÓN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	4	4	0	0	0	0	2	1	5	5
<i>advertir</i>	1	1	6	8	2	3	17	6	2	2
<i>afirmar</i>	21	22	17	23	10	14	41	15	16	17
<i>anunciar</i>	2	2	2	3	1	1	4	2	0	0
<i>apuntar</i>	11	12	2	3	0	0	10	4	11	12
<i>asegurar</i>	31	33	38	52	6	8	60	23	18	19
<i>confesar</i>	7	7	2	3	0	0	3	1	2	2
<i>confirmar</i>	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1
<i>contar</i>	20	21	3	4	0	0	2	1	1	1
<i>contestar</i>	3	3	0	0	0	0	10	4	1	1
<i>decir</i>	28	30	84	115	19	27	133	50	25	26
<i>declarar</i>	2	2	5	7	1	1	20	8	2	2
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>explicar</i>	30	32	28	38	7	10	47	18	32	34
<i>expresar</i>	0	0	0	0	0	0	5	2	3	3
<i>informar</i>	1	1	0	0	0	0	19	7	2	2
<i>insistir</i>	0	0	4	5	2	3	14	5	4	4
<i>manifestar</i>	0	0	1	1	1	1	11	4	2	2
<i>matizar</i>	6	6	0	0	1	1	0	0	0	0
<i>negar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>plantear</i>	0	0	0	0	2	3	4	2	3	3
<i>precisar</i>	0	0	1	1	0	0	3	1	15	16
<i>reclamar</i>	0	0	0	0	3	4	5	2	0	0
<i>reconocer</i>	0	0	6	8	0	0	11	4	3	3
<i>reiterar</i>	0	0	0	0	0	0	6	2	1	1
<i>relatar</i>	1	1	1	1	0	0	4	2	3	3
<i>replicar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>responder</i>	3	3	1	1	0	0	9	3	3	3
<i>señalar</i>	5	5	2	3	15	21	23	9	4	4
TOTAL	176	188	203	279	71	101	468	176	159	168

**Tabla VI.** FA y FN en estilo indirecto *La Razón*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	93.674		72.768		70.605		265.697		94.861	
LA RAZÓN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	1	1	3	4	0	0	8	3	3	3
<i>advertir</i>	1	1	2	3	9	13	26	10	2	2
<i>afirmar</i>	6	6	4	5	13	18	50	19	14	15
<i>anunciar</i>	1	1	4	5	19	27	39	15	14	15
<i>apuntar</i>	1	1	2	3	2	3	24	9	7	7
<i>asegurar</i>	17	18	28	38	54	76	134	50	34	36
<i>confesar</i>	2	2	0	0	0	0	3	1	6	6
<i>confirmar</i>	6	6	2	3	1	1	20	8	5	5
<i>contar</i>	7	7	0	0	0	0	7	3	3	3
<i>contestar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>decir</i>	29	31	15	21	9	13	113	43	27	28
<i>declarar</i>	3	3	3	4	2	3	19	7	3	3
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	9	10	10	14	15	21	52	20	16	17
<i>expresar</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>informar</i>	2	2	1	1	0	0	18	7	4	4
<i>insistir</i>	1	1	7	10	4	6	46	17	5	5
<i>manifestar</i>	1	1	0	0	1	1	6	2	0	0
<i>matizar</i>	0	0	0	0	1	1	2	1	5	5
<i>negar</i>	0	0	2	3	1	1	14	5	1	1
<i>plantear</i>	1	1	0	0	0	0	4	2	1	1
<i>precisar</i>	0	0	1	1	1	1	6	2	0	0
<i>reclamar</i>	0	0	0	0	1	1	4	2	0	0
<i>reconocer</i>	8	9	15	21	8	11	23	9	11	12
<i>reiterar</i>	0	0	1	1	2	3	12	5	0	0
<i>relatar</i>	1	1	3	4	1	1	2	1	1	1
<i>replicar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>responder</i>	0	0	0	0	3	4	6	2	1	1
<i>señalar</i>	12	13	2	3	21	30	44	17	10	11
TOTAL	110	117	105	144	168	238	685	258	173	182

Tabla VII. FA y FN en estilo directo ABC

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	90.997		99.373		52.633		265.385		139.067	
ABC	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	1	1	1	1	0	0	4	2	3	2
<i>advertir</i>	1	1	5	5	0	0	18	7	8	6
<i>afirmar</i>	8	9	7	7	5	9	46	17	16	12
<i>anunciar</i>	3	3	0	0	1	2	1	0	4	3
<i>apuntar</i>	2	2	2	2	4	8	7	3	9	6
<i>asegurar</i>	8	9	5	5	9	17	30	11	22	16
<i>confesar</i>	2	2	1	1	0	0	5	2	4	3
<i>confirmar</i>	0	0	3	3	0	0	3	1	0	0
<i>contar</i>	5	5	2	2	0	0	4	2	7	5
<i>contestar</i>	3	3	3	3	0	0	3	1	2	1
<i>decir</i>	35	38	22	22	9	17	83	31	39	28
<i>declarar</i>	4	4	4	4	1	2	29	11	2	1
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	1	1	1	1	0	0	3	1	0	0
<i>explicar</i>	26	29	15	15	8	15	39	15	53	38
<i>expresar</i>	2	2	2	2	0	0	2	1	0	0
<i>informar</i>	0	0	1	1	2	4	5	2	1	1
<i>insistir</i>	1	1	0	0	2	4	12	5	3	2
<i>manifestar</i>	2	2	4	4	0	0	6	2	0	0
<i>matizar</i>	3	3	2	2	2	4	2	1	1	1
<i>negar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>plantear</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>precisar</i>	0	0	1	1	1	2	2	1	2	1
<i>reclamar</i>	0	0	0	0	0	0	4	2	0	0
<i>reconocer</i>	2	2	6	6	1	2	7	3	5	4
<i>reiterar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	2	1
<i>relatar</i>	3	3	0	0	0	0	6	2	1	1
<i>replicar</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>responder</i>	5	5	1	1	0	0	8	3	3	2
<i>señalar</i>	8	9	11	11	5	9	32	12	18	13
TOTAL	125	137	100	101	50	95	365	138	205	147

Tabla VIII. FA y FN en estilo indirecto ABC

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
	90997		99373		52633		265385		139067	
Nº de palabras	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>ABC</i>										
<i>aclarar</i>	3	3	2	2	1	2	20	8	2	1
<i>advertir</i>	1	1	2	2	7	13	43	16	11	8
<i>afirmar</i>	4	4	5	5	8	15	82	31	25	18
<i>anunciar</i>	5	5	1	1	6	11	42	16	4	3
<i>apuntar</i>	0	0	0	0	7	13	15	6	3	2
<i>asegurar</i>	13	14	17	17	31	59	129	49	38	27
<i>confesar</i>	9	10	1	1	0	0	5	2	3	2
<i>confirmar</i>	2	2	7	7	4	8	30	11	6	4
<i>contar</i>	4	4	0	0	0	0	8	3	15	11
<i>contestar</i>	0	0	0	0	0	0	4	2	0	0
<i>decir</i>	21	23	42	42	6	11	101	38	35	25
<i>declarar</i>	0	0	1	1	2	4	8	3	3	2
<i>discutir</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	11	12	11	11	19	36	55	21	16	12
<i>expresar</i>	1	1	1	1	0	0	2	1	0	0
<i>informar</i>	1	1	2	2	1	2	12	5	3	2
<i>insistir</i>	5	5	0	0	8	15	33	12	16	12
<i>manifestar</i>	0	0	4	4	5	9	7	3	4	3
<i>matizar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2
<i>negar</i>	0	0	0	0	5	9	12	5	2	1
<i>plantear</i>	2	2	0	0	2	4	1	0	1	1
<i>precisar</i>	2	2	1	1	1	2	12	5	3	2
<i>reclamar</i>	0	0	1	1	1	2	5	2	1	1
<i>reconocer</i>	8	9	7	7	5	9	35	13	15	11
<i>reiterar</i>	0	0	0	0	1	2	5	2	0	0
<i>relatar</i>	2	2	0	0	1	2	3	1	2	1
<i>replicar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>responder</i>	0	0	1	1	0	0	15	6	0	0
<i>señalar</i>	1	1	11	11	8	15	48	18	23	17
TOTAL	95	104	118	119	129	245	734	277	234	168



Tabla IX. FA y FN en estilo directo *El Periódico*

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	69.172		103.379		78.617		226.407		118.017	
<i>El Periódico</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	2	3	1	0	1	1	5	0	0	0
<i>advertir</i>	3	4	1	0	4	4	14	1	10	8
<i>afirmar</i>	15	22	28	13	23	22	66	6	29	25
<i>anunciar</i>	0	0	1	0	3	3	6	1	1	1
<i>apuntar</i>	9	13	5	2	9	9	10	1	2	2
<i>asegurar</i>	15	22	20	9	14	13	26	2	21	18
<i>confesar</i>	2	3	6	3	0	0	3	0	2	2
<i>confirmar</i>	0	0	1	0	0	0	4	0	0	0
<i>contar</i>	4	6	4	2	0	0	5	0	3	3
<i>contestar</i>	1	1	1	0	0	0	4	0	0	0
<i>decir</i>	28	40	76	35	26	25	158	15	48	41
<i>declarar</i>	3	4	9	4	2	2	21	2	4	3
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	2	0	1	1
<i>explicar</i>	32	46	30	14	27	26	60	6	46	39
<i>expresar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
<i>informar</i>	0	0	0	0	1	1	3	0	1	1
<i>insistir</i>	2	3	3	1	2	2	5	0	5	4
<i>manifestar</i>	0	0	1	0	0	0	3	3	1	1
<i>matizar</i>	1	1	1	0	1	1	2	0	1	1
<i>negar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>plantear</i>	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0
<i>precisar</i>	2	3	3	1	4	4	1	0	3	3
<i>reclamar</i>	0	0	1	2	2	2	1	0	2	2
<i>reconocer</i>	4	6	2	1	0	0	3	0	4	3
<i>reiterar</i>	0	0	1	0	0	0	2	0	1	1
<i>relatar</i>	4	6	1	0	2	2	4	0	7	6
<i>replicar</i>	1	1	3	1	0	0	5	0	0	0
<i>responder</i>	0	0	1	0	2	2	12	1	2	2
<i>señalar</i>	7	10	9	4	8	8	33	3	16	14
TOTAL	135	195	209	202	133	169	462	204	211	179

Tabla X. FA y FN en estilo indirecto *El Periódico*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	69.172		103.379		78.617		226.407		118.017	
<i>El Periódico</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	1	1	3	3	0	0	12	5	4	3
<i>advertir</i>	0	0	0	0	15	19	42	19	14	12
<i>afirmar</i>	7	10	2	2	26	33	71	31	25	21
<i>anunciar</i>	2	3	5	5	14	18	40	18	7	6
<i>apuntar</i>	8	12	2	2	2	3	19	8	8	7
<i>asegurar</i>	18	26	18	17	33	42	107	47	37	31
<i>confesar</i>	1	1	2	2	0	0	3	1	0	0
<i>confirmar</i>	4	6	5	5	3	4	19	8	10	8
<i>contar</i>	1	1	0	0	0	0	2	1	10	8
<i>contestar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>decir</i>	11	16	12	12	17	22	62	27	26	22
<i>declarar</i>	1	1	0	0	1	1	13	6	3	3
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	10	14	6	6	14	18	45	20	34	29
<i>expresar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>informar</i>	0	0	0	0	0	0	14	6	4	3
<i>insistir</i>	2	3	3	3	6	8	25	11	13	11
<i>manifestar</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	1	1
<i>matizar</i>	0	0	0	0	1	1	3	1	2	2
<i>negar</i>	2	3	1	1	2	3	17	8	6	5
<i>plantear</i>	0	0	2	2	0	0	2	1	1	1
<i>precisar</i>	0	0	1	1	5	6	9	4	4	3
<i>reclamar</i>	1	1	3	3	5	6	10	4	6	5
<i>reconocer</i>	3	4	10	10	9	11	28	12	14	12
<i>reiterar</i>	0	0	0	0	2	3	11	5	5	4
<i>relatar</i>	0	0	2	2	0	0	7	3	5	4
<i>replicar</i>	0	0	0	0	2	3	5	2	0	0
<i>responder</i>	0	0	1	1	1	1	7	3	2	2
<i>señalar</i>	6	9	1	1	5	6	44	19	12	10
TOTAL	78	113	79	76	163	207	623	275	253	214

**Tabla XI.** FA y FN en periódicos especializados en deportes (estilo directo e indirecto)

PRENSA DEPORTIVA	ESTILO DIRECTO						ESTILO INDIRECTO					
	MARCA		SPORT		AS		MARCA		SPORT		AS	
	871.489		415.810		309.627		871.489		415.810		309.627	
	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	11	1	4	1	6	2	11	1	22	5	4	1
<i>advertir</i>	28	3	12	3	4	1	17	2	20	5	4	1
<i>afirmar</i>	148	17	30	7	30	10	39	4	34	8	19	6
<i>anunciar</i>	5	1	4	1	2	1	31	4	31	7	20	6
<i>apuntar</i>	108	12	37	9	14	5	13	1	46	11	8	3
<i>asegurar</i>	209	24	57	14	38	12	157	18	126	30	38	12
<i>confesar</i>	33	4	20	5	5	2	15	2	12	3	3	1
<i>confirmar</i>	10	1	8	2	3	1	48	6	44	11	14	5
<i>contar</i>	19	2	3	1	7	2	4	0	0	0	3	1
<i>contestar</i>	6	1	4	1	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>decir</i>	367	42	157	38	120	39	115	13	85	20	52	17
<i>declarar</i>	56	6	19	5	10	3	8	1	10	2	6	2
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
<i>exclamar</i>	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	218	25	100	24	32	10	59	7	60	14	10	3
<i>expresar</i>	20	2	4	1	0	0	0	0	2	0	0	0
<i>informar</i>	1	0	2	0	2	1	9	1	6	1	8	3
<i>insistir</i>	38	4	11	3	2	1	42	5	30	7	4	1
<i>manifestar</i>	16	2	11	3	0	0	6	1	6	1	1	0
<i>matizar</i>	3	0	1	0	0	0	3	0	1	0	2	1
<i>negar</i>	1	0	0	0	0	0	5	1	4	1	4	1
<i>plantear</i>	2	0	2	0	0	0	2	0	4	1	1	0
<i>precisar</i>	1	0	4	1	1	0	0	0	2	0	1	0
<i>reclamar</i>	1	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	0
<i>reconocer</i>	90	10	12	3	7	2	136	16	77	19	16	5
<i>reiterar</i>	4	0	3	1	1	0	10	1	7	2	0	0
<i>relatar</i>	10	1	2	0	2	1	1	0	0	0	2	1
<i>replicar</i>	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>responder</i>	10	1	3	1	3	1	3	0	1	0	0	0
<i>señalar</i>	141	16	48	12	5	2	25	3	40	10	7	2
TOTAL	1562	179	559	134	294	95	760	87	677	163	229	74

**Tabla XII.** FA y FN en periódicos especializados en economía (estilo directo e indirecto)

PRENSA ECONÓMICA	ESTILO DIRECTO				ESTILO INDIRECTO			
	CINCO DÍAS		EXPANSIÓN		CINCO DÍAS		EXPANSIÓN	
	314.773		420.464		314.773		420.464	
	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>aclarar</i>	5	2	1	0	18	6	10	2
<i>advertir</i>	16	5	18	4	48	15	41	10
<i>afirmar</i>	66	21	68	16	61	19	66	16
<i>anunciar</i>	4	1	1	0	41	13	48	11
<i>apuntar</i>	47	15	42	10	54	17	51	12
<i>asegurar</i>	46	15	107	25	133	42	186	44
<i>confesar</i>	0	0	1	0	0	0	1	0
<i>confirmar</i>	2	1	3	1	14	4	17	4
<i>contar</i>	1	0	4	1	2	1	9	2
<i>contestar</i>	1	0	1	0	1	0	0	0
<i>decir</i>	64	20	101	24	48	15	67	16
<i>declarar</i>	9	3	4	1	6	2	7	2
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	64	20	90	21	94	30	76	18
<i>expresar</i>	1	0	0	0	0	0	0	0
<i>informar</i>	1	0	6	1	9	3	5	1
<i>insistir</i>	11	3	4	1	23	7	15	4
<i>manifestar</i>	2	1	0	0	7	2	1	0
<i>matizar</i>	6	2	3	1	9	3	8	2
<i>negar</i>	0	0	1	0	3	1	9	2
<i>plantear</i>	0	0	1	0	4	1	2	0
<i>precisar</i>	6	2	0	0	24	8	5	1
<i>reclamar</i>	2	1	3	1	15	5	9	2
<i>reconocer</i>	9	3	4	1	46	15	40	10
<i>reiterar</i>	1	0	3	1	6	2	5	1
<i>relatar</i>	2	1	2	0	1	0	1	0
<i>replicar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>responder</i>	0	0	4	1	2	1	3	1
<i>señalar</i>	75	24	73	17	111	35	140	33
TOTAL	441	140	545	130	780	248	823	196

2.2. Tablas de proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en % respecto al total de verbos).

**Tabla XIII.** Proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto en *El País* (% respecto al nº total de verbos por sección).

EL PAÍS	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
<i>aclarar</i>	2,6	2	0	0,6	0,4	2	2,8	3,4	1,8	0,5
<i>advertir</i>	1,3	3,9	5,2	4,7	2,3	0,7	7,6	7,2	3,9	3,5
<i>afirmar</i>	3,9	5,2	8,1	13	9,7	5,3	3,4	5,1	9,2	12,3
<i>anunciar</i>	1,7	0	0,7	1,1	0,6	3,9	7,6	6,4	6,2	4
<i>apuntar</i>	3,1	6,9	9,6	1,5	6,2	3,9	2,1	6,4	2,1	3
<i>asegurar</i>	9,2	6,2	6,7	10	6,6	16,4	12,4	11,9	20,3	17,9
<i>confesar</i>	2,2	0,7	0	0	1	3,3	2,1	0	0,5	0,8
<i>confirmar</i>	0	0	0	0,4	0	2,6	2,8	2,1	2,6	2,5
<i>contar</i>	8,7	4,3	0,7	2,2	6,8	7,9	2,1	0	1,4	3,5
<i>contestar</i>	0,4	0,7	0	0,7	0,6	0	0,7	0	0,2	0,3
<i>decir</i>	23,6	36,1	22,2	27,5	25,7	23,7	22,1	12,3	15,3	15,4
<i>declarar</i>	1,7	2,6	3,7	3,5	2,7	0	2,1	1,3	1,5	1,3
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0
<i>exclamar</i>	0,4	0	0	0,4	0,2	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	24,9	16,1	17,8	10,9	15	11,8	10,3	8,1	6,5	13,1
<i>expresar</i>	0	0,3	0	1	0,2	0	0	0	0	0
<i>informar</i>	0	0	1,5	0,6	1	1,3	1,4	0,9	3,1	0,5
<i>insistir</i>	2,2	0,7	1,5	2,1	2,7	2	2,1	5,1	3,6	3,3
<i>manifestar</i>	0	0	0	1,1	0	0	0,7	2,6	1,6	0,3
<i>matizar</i>	0	0,7	0	0	1	0,7	0	0,4	0,1	1
<i>negar</i>	0,4	0,3	0	0,1	0,2	2	2,8	0,9	2,7	0,5
<i>plantear</i>	0,4	0	0	0,6	0,4	0,7	2,1	2,6	0,4	0,5
<i>precisar</i>	4	0,3	2,2	0,1	0,4	0	0	2,6	1,4	2,5
<i>reclamar</i>	0	0	1,5	0	0,8	0,7	0,7	0,4	1,5	1
<i>reconocer</i>	2,6	3,3	0,7	1,2	2,1	3,9	6,2	4,3	4,6	4,3
<i>reiterar</i>	0	0,3	0	0	0	0	1,4	0,9	0,9	0
<i>relatar</i>	1,3	2,3	0	0,8	3,5	0,7	0	0,4	0,2	1,5
<i>replicar</i>	0	0,3	0	0,3	0	0	0	0	0,1	0
<i>responder</i>	3,5	2,6	0,7	1,9	1,4	1,3	0,7	1,3	0,2	1,5
<i>señalar</i>	5,2	4,3	17	12,4	8,4	5,3	4,1	13,6	7,9	5
TOTAL FA	229	305	135	723	513	152	145	235	851	397
TOTAL FA	1.905					1.780				

**Tabla XIV.** Proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto en *El Mundo* (% respecto al nº total de verbos por sección).

EL MUNDO	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
VERBOS										
<i>aclarar</i>	2,4	0	0	0,5	2,2	1,1	7	2,6	1,5	2
<i>advertir</i>	1,9	2,9	4,4	2,9	1,1	4,3	2,6	10,9	4,8	6
<i>afirmar</i>	6,2	8,7	14,4	8	8,9	12	5,3	4,2	7,9	4
<i>anunciar</i>	0	0,5	0	1,2	0	4,3	4,4	6,3	6,1	0
<i>apuntar</i>	2,4	4,8	4,4	1,9	3,3	4,3	4,4	3,1	3,1	4
<i>asegurar</i>	8,6	2,9	12,2	11,1	15,6	7,6	7	16,7	19,3	12
<i>confesar</i>	4,3	3,4	3,3	0,2	0	3,3	0,9	0	0,5	0
<i>confirmar</i>	1,4	0	1,1	1,4	0	4,3	4,4	2,6	4,4	6
<i>contar</i>	8,1	2,9	0	1,4	2,2	4,3	1,8	0,5	1,3	2
<i>contestar</i>	0	0,5	0	0,9	2,2	1,1	0,9	0	0,4	0
<i>decir</i>	19,5	30	17,8	31,1	18,9	32,6	27,2	8,9	15,1	32
<i>declarar</i>	0,5	1,4	5,6	3,1	2,2	1,1	2,6	3,6	2,4	0
<i>discutir</i>	0	0	0	0,2	0	0	0	0,5	0	0
<i>exclamar</i>	0,5	0	0	0	1,1	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	29,5	17,4	10	10	21,1	4,3	3,5	4,7	7,9	0
<i>expresar</i>	0	0,5	0	0,6	0	0	0,9	0	0,3	0
<i>informar</i>	0	0	1,1	1,7	0	0	1,8	1	1,5	0
<i>insistir</i>	1	5,8	2,2	4	1,1	3,3	5,3	4,2	4,8	16
<i>manifestar</i>	1	0,5	1,1	0,5	0	0	0,9	2,1	0,4	0
<i>matizar</i>	1,9	1,4	1,1	0	0	0	1,8	0,5	0,7	0
<i>negar</i>	0,5	0,5	0	0,6	0	0	1,8	2,1	2,2	0
<i>plantear</i>	0,5	0	1,1	0,6	0	0	0	0	0,3	0
<i>precisar</i>	0	1	3,3	0,5	0	0	0,9	1	0,7	0
<i>reclamar</i>	0	0	1,1	1,1	0	1,1	1,8	0,5	1,2	0
<i>reconocer</i>	3,8	7,7	1,1	0,9	2,2	4,3	7	8,9	3,6	4
<i>reiterar</i>	0	0	0	0,8	0	0	0,9	0,5	1,1	0
<i>relatar</i>	1,9	1,9	0	1,2	3,3	2,2	0	0	0,5	2
<i>replicar</i>	0	0	0	0,6	0	0	0	0,5	0,3	0
<i>responder</i>	1,4	1,9	0	3,2	2,2	1,1	0,9	0,5	1,5	0
<i>señalar</i>	2,9	3,4	14,4	9,7	12,2	3,3	4,4	13,5	6,1	10
TOTAL FA	210	207	90	647	90	92	114	192	916	50
TOTAL FA	1.244					1.364				

**Tabla XV.** Proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto en *La Razón* (% respecto al nº total de verbos por sección).

LA RAZÓN	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
VERBOS										
<i>aclarar</i>	2,3	0	0	0,4	3,1	0,9	2,9	0	1,2	1,7
<i>advertir</i>	0,6	3	2,8	3,6	1,3	0,9	1,9	5,4	3,8	1,2
<i>afirmar</i>	11,9	8,4	14,1	8,8	10,1	5,5	3,8	7,7	7,3	8,1
<i>anunciar</i>	1,1	1	1,4	0,9	0	0,9	3,8	11,3	5,7	8,1
<i>apuntar</i>	6,3	1	0	2,1	6,9	0,9	1,9	1,2	3,5	4
<i>asegurar</i>	17,6	18,7	8,5	12,8	11,3	15,5	26,7	32,1	19,6	19,7
<i>confesar</i>	4	1	0	0,6	1,3	1,8	0	0	0,4	3,5
<i>confirmar</i>	0	0	1,4	0,4	0,6	5,5	1,9	0,6	2,9	2,9
<i>contar</i>	11,4	1,5	0	0,4	0,6	6,4	0	0	1	1,7
<i>contestar</i>	1,7	0	0	2,1	0,6	0	0	0	0,3	0
<i>decir</i>	15,9	41,4	26,4	28,4	15,7	26,4	14,3	5,4	16,5	15,6
<i>declarar</i>	1,1	2,5	1,4	4,3	1,3	2,7	2,9	1,2	2,8	1,7
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>exclamar</i>	0	0	0	0,4	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	17	13,8	9,9	10	20,1	8,2	9,5	8,9	7,6	9,2
<i>expresar</i>	0	0	0	1,1	1,9	0,9	0	0	0	0
<i>informar</i>	0,6	0	0	4,1	1,3	1,8	1	0	2,6	2,3
<i>insistir</i>	0	2	2,8	3	2,5	0,9	6,7	2,4	6,7	2,9
<i>manifestar</i>	0	0,5	1,4	2,4	1,3	0,9	0	0,6	0,9	0
<i>matizar</i>	3,4	0	1,4	0	0	0	0	0,6	0,3	2,9
<i>negar</i>	0	0	0	0	0	0	1,9	0,6	2	0,6
<i>plantear</i>	0	0	2,8	0,9	1,9	0,9	0	0	0,6	0,6
<i>precisar</i>	0	0,5	0	0,6	9,4	0	1	0,6	0,9	0
<i>reclamar</i>	0	0	4,2	1,1	0	0	0	0,6	0,6	0
<i>reconocer</i>	0	3	0	2,4	1,9	7,3	14,3	4,8	3,4	6,4
<i>reiterar</i>	0	0	0	1,3	0,6	0	1	1,2	1,8	0
<i>relatar</i>	0,6	0,5	0	0,9	1,9	0,9	2,9	0,6	0,3	0,6
<i>replicar</i>	0	0	0	0,2	0	0	0	0	0,1	0
<i>responder</i>	1,7	0,5	0	1,9	1,9	0	0	1,8	0,9	0,6
<i>señalar</i>	2,8	1	21,1	4,9	2,5	10,9	1,9	12,5	6,4	5,8
TOTAL FA	176	203	71	468	159	110	105	168	685	173
TOTAL FA	1.077					1.241				



**Tabla XVI.** Proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto en ABC (% respecto al nº total de verbos por sección).

ABC	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
VERBOS										
<i>aclarar</i>	0,8	1	0	1,1	1,5	3,2	1,7	0,8	2,7	0,9
<i>advertir</i>	0,8	5	0	4,9	3,9	1,1	1,7	5,4	5,9	4,7
<i>afirmar</i>	6,4	7	10	12,6	7,8	4,2	4,2	6,2	11,2	10,7
<i>anunciar</i>	2,4	0	2	0,3	2	5,3	0,8	4,7	5,7	1,7
<i>apuntar</i>	1,6	2	8	1,9	4,4	0	0	5,4	2	1,3
<i>asegurar</i>	6,4	5	18	8,2	10,7	13,7	14,4	24	17,6	16,2
<i>confesar</i>	1,6	1	0	1,4	2	9,5	0,8	0	0,7	1,3
<i>confirmar</i>	0	3	0	0,8	0	2,1	5,9	3,1	4,1	2,6
<i>contar</i>	4	2	0	1,1	0,5	4,2	0	0	1,1	6,4
<i>contestar</i>	2,4	3	0	0,8	1	0	0	0	0,5	0
<i>decir</i>	28	22	18	22,7	19	22,1	35,6	4,7	13,8	15
<i>declarar</i>	3,2	4	2	7,9	1	0	0,8	1,6	1,1	1,3
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0,8	0	0	0
<i>exclamar</i>	0,8	1	0	0,8	0	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	20,8	15	16	10,7	25,9	11,6	9,3	14,7	7,5	6,8
<i>expresar</i>	1,6	2	0	0,5	0	1,1	0,8	0	0,3	0
<i>informar</i>	0	1	4	1,4	0,5	1,1	1,7	0,8	1,6	1,3
<i>insistir</i>	0,8	0	4	3,3	1,5	5,3	0	6,2	4,5	6,8
<i>manifestar</i>	1,6	4	0	1,6	0	0	3,4	3,9	1	1,7
<i>matizar</i>	2,4	2	4	0,5	0,5	0	0	0	0,1	1,3
<i>negar</i>	0	0	0	0	0	0	0	3,9	1,6	0,9
<i>plantear</i>	0	0	0	0,5	0	2,1	0	1,6	0,1	0,4
<i>precisar</i>	0	1	2	0,5	1	2,1	0,8	0,8	1,6	1,3
<i>reclamar</i>	0	0	0	1,1	0	0	0,8	0,8	0,7	0,4
<i>reconocer</i>	1,6	6	2	1,9	2,4	8,4	5,9	3,9	4,8	6,4
<i>reiterar</i>	0	0	0	0,5	1	0	0	0,8	0,7	0
<i>relatar</i>	2,4	0	0	1,6	0,5	2,1	0	0,8	0,4	0,9
<i>replicar</i>	0	1	0	0	0	0	0	0	0,1	0
<i>responder</i>	4	1	0	2,2	1,5	0	0,8	0	2	0
<i>señalar</i>	6,4	11	10	8,8	8,8	1,1	9,3	6,2	6,5	9,8
TOTAL FA	125	100	50	365	205	95	118	129	734	234
TOTAL FA	845					1.310				

**Tabla XVII.** Proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto en *El Periódico* (% respecto al nº total de verbos por sección).

EL PERIÓDICO	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
VERBOS										
<i>aclarar</i>	1,5	0,5	0,8	1,1	0	1,3	3,8	0	1,9	1,6
<i>advertir</i>	2,2	0,5	3	3	4,7	0	0	9,2	6,7	5,5
<i>afirmar</i>	11,1	13,4	17,3	14,3	13,7	9	2,5	16	11,4	9,9
<i>anunciar</i>	0	0,5	2,3	1,3	0,5	2,6	6,3	8,6	6,4	2,8
<i>apuntar</i>	6,7	2,4	6,8	2,2	0,9	10,3	2,5	1,2	3	3,2
<i>asegurar</i>	11,1	9,6	10,5	5,6	10	23,1	22,8	20,2	17,2	14,6
<i>confesar</i>	1,5	2,9	0	0,6	0,9	1,3	2,5	0	0,5	0
<i>confirmar</i>	0	0,5	0	0,9	0	5,1	6,3	1,8	3	4
<i>contar</i>	3	1,9	0	1,1	1,4	1,3	0	0	0,3	4
<i>contestar</i>	0,7	0,5	0	0,9	0	0	0	0	0,2	0
<i>decir</i>	20,7	36,4	19,5	34,2	22,7	14,1	15,2	10,4	10	10,3
<i>declarar</i>	2,2	4,3	1,5	4,5	1,9	1,3	0	0,6	2,1	1,2
<i>discutir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0,4
<i>exclamar</i>	0	0	0	0,4	0,5	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	23,7	14,4	20,3	13	21,8	12,8	7,6	8,6	7,2	13,4
<i>expresar</i>	0	0	0	0,2	0,5	0	0	0	0,2	0
<i>informar</i>	0	0	0,8	0,6	0,5	0	0	0	2,2	1,6
<i>insistir</i>	1,5	1,4	1,5	1,1	2,4	2,6	3,8	3,7	4	5,1
<i>manifestar</i>	0	0,5	0	0,6	0,5	0	0	0	0,5	0,4
<i>matizar</i>	0,7	0,5	0,8	0,4	0,5	0	0	0,6	0,5	0,8
<i>negar</i>	0	0	0	0,2	0	2,6	1,3	1,2	2,7	2,4
<i>plantear</i>	0	0	1,5	0,4	0	0	2,5	0	0,3	0,4
<i>precisar</i>	1,5	1,4	3	0,2	1,4	0	1,3	3,1	1,4	1,6
<i>reclamar</i>	0	0,5	1,5	0,2	0,9	1,3	3,8	3,1	1,6	2,4
<i>reconocer</i>	3	1	0	0,6	1,9	3,8	12,7	5,5	4,5	5,5
<i>reiterar</i>	0	0,5	0	0,4	0,5	0	0	1,2	1,8	2
<i>relatar</i>	3	0,5	1,5	0,9	3,3	0	2,5	0	1,1	2
<i>replicar</i>	0,7	1,4	0	1,1	0	0	0	1,2	0,8	0
<i>responder</i>	0	0,5	1,5	2,6	0,9	0	1,3	0,6	1,1	0,8
<i>señalar</i>	5,2	4,3	6	7,1	7,6	7,7	1,3	3,1	7,1	4,7
TOTAL FA	135	209	133	462	211	78	79	163	623	253
TOTAL FA	1.150					1.196				

**Tabla XVIII.** Proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto en medios especializados en deportes (% respecto al nº total de verbos por medio y tipo de discurso).

DEPORTIVOS	MARCA		SPORT		AS	
	ESTILO DIRECTO	ESTILO INDIRECTO	ESTILO DIRECTO	ESTILO INDIRECTO	ESTILO DIRECTO	ESTILO INDIRECTO
<i>aclearar</i>	0,7	1,4	0,7	3,2	2,0	1,7
<i>advertir</i>	1,8	2,2	2,1	3,0	1,4	1,7
<i>afirmar</i>	9,5	5,1	5,4	5,0	10,2	8,3
<i>anunciar</i>	0,3	4,1	0,7	4,6	0,7	8,7
<i>apuntar</i>	6,9	1,7	6,6	6,8	4,8	3,5
<i>asegurar</i>	13,4	20,7	10,2	18,6	12,9	16,6
<i>confesar</i>	2,1	2,0	3,6	1,8	1,7	1,3
<i>confirmar</i>	0,6	6,3	1,4	6,5	1,0	6,1
<i>contar</i>	1,2	0,5	0,5	0	2,4	1,3
<i>contestar</i>	0,4	0	0,7	0,4	0	0
<i>decir</i>	23,5	15,1	28,1	12,6	40,8	22,7
<i>declarar</i>	3,6	1,1	3,4	1,5	3,4	2,6
<i>discutir</i>	0	0,1	0	0	0	0,4
<i>exclamar</i>	0,2	0	0	0	0	0
<i>explicar</i>	14,0	7,8	17,9	8,9	10,9	4,4
<i>expresar</i>	1,3	0	0,7	0,3	0	0
<i>informar</i>	0,1	1,2	0,4	0,9	0,7	3,5
<i>insistir</i>	2,4	5,5	2,0	4,4	0,7	1,7
<i>manifestar</i>	1,0	0,8	2,0	0,9	0	0,4
<i>matizar</i>	0,2	0,4	0,2	0,1	0	0,9
<i>negar</i>	0,1	0,7	0	0,6	0	1,7
<i>plantear</i>	0,1	0,3	0,4	0,6	0	0,4
<i>precisar</i>	0,1	0	0,7	0,3	0,3	0,4
<i>reclamar</i>	0,1	0	0	0,6	0	0,4
<i>reconocer</i>	5,8	17,9	2,1	11,4	2,4	7,0
<i>reiterar</i>	0,3	1,3	0,5	1,0	0,3	0
<i>relatar</i>	0,6	0,1	0,4	0	0,7	0,9
<i>replicar</i>	0,2	0	0,2	0	0	0
<i>responder</i>	0,6	0,4	0,5	0,1	1,0	0
<i>señalar</i>	9,0	3,3	8,6	5,9	1,7	3,1
TOTAL FA	1562	760	559	677	294	229
TOTAL FA	2.322		1.236		523	

**Tabla XIX.** Proyección de locuciones verbales. Estilo directo e indirecto en medios especializados en economía (% respecto al nº total de verbos por medio y tipo de discurso).

ECONÓMICOS	CINCO DÍAS		EXPANSIÓN	
	ESTILO DIRECTO	ESTILO INDIRECTO	ESTILO DIRECTO	ESTILO INDIRECTO
<i>aclarar</i>	1,1	2,3	0,2	1,2
<i>advertir</i>	3,6	6,2	3,3	5,0
<i>afirmar</i>	15,0	7,8	12,5	8,0
<i>anunciar</i>	0,9	5,3	0,2	5,8
<i>apuntar</i>	10,7	6,9	7,7	6,2
<i>asegurar</i>	10,4	17,1	19,6	22,6
<i>confesar</i>	0	0	0,2	0,1
<i>confirmar</i>	0,5	1,8	0,6	2,1
<i>contar</i>	0,2	0,3	0,7	1,1
<i>contestar</i>	0,2	0,1	0,2	0
<i>decir</i>	14,5	6,2	18,5	8,1
<i>declarar</i>	2,0	0,8	0,7	0,9
<i>discutir</i>	0	0	0	0,1
<i>exclamar</i>	0	0	0	0
<i>explicar</i>	14,5	12,1	16,5	9,2
<i>expresar</i>	0,2	0	0	0
<i>informar</i>	0,2	1,2	1,1	0,6
<i>insistir</i>	2,5	2,9	0,7	1,8
<i>manifestar</i>	0,5	0,9	0	0,1
<i>matizar</i>	1,4	1,2	0,6	1,0
<i>negar</i>	0	0,4	0,2	1,1
<i>plantear</i>	0	0,5	0,2	0,2
<i>precisar</i>	1,4	3,1	0	0,6
<i>reclamar</i>	0,5	1,9	0,6	1,1
<i>reconocer</i>	2,0	5,9	0,7	4,9
<i>reiterar</i>	0,2	0,8	0,6	0,6
<i>relatar</i>	0,5	0,1	0,4	0,1
<i>replicar</i>	0	0	0	0
<i>responder</i>	0	0,3	0,7	0,4
<i>señalar</i>	17,0	14,2	13,4	17,0
TOTAL FA	441	780	545	823
TOTAL FA	1.221		1.368	

2.3. Tablas de proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en FA y FN/100.000)

Tabla XX. FA y FN en estilo directo *El País*

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	121.157		145.285		98.361		353914		185.893	
<i>EL PAÍS</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	7	5	0	0	1	0	1	1
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>conocer</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1
<i>considerar</i>	1	1	3	2	2	2	32	9	7	4
<i>constatar</i>	0	0	1	1	0	0	2	1	1	1
<i>creer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
<i>entender</i>	0	0	2	1	0	0	2	1	3	2
<i>esperar</i>	1	1	1	1	0	0	2	1	0	0
<i>estimar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	4	3	1	1	2	2	15	4	7	4
<i>pensar</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	2	1
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
<i>razonar</i>	0	0	0	0	4	4	5	1	2	1
<i>recordar</i>	5	4	13	9	2	2	11	3	18	10
<i>reflexionar</i>	4	3	3	2	0	0	7	2	1	1
<i>rememorar</i>	3	2	2	1	0	0	1	0	2	1
<i>saber</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
TOTAL	19	16	35	24	10	10	89	25	48	26

Tabla XXI. FA y FN en estilo indirecto *El País*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	121.157		145.285		98.361		353.914		185.893	
<i>EL PAÍS</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	5	1	0	0
<i>comprender</i>	0	0	1	1	0	0	4	1	1	1
<i>comprobar</i>	2	2	5	3	3	3	8	2	7	4
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	1	1	0	0	4	4	10	3	2	1
<i>conocer</i>	1	1	1	1	0	0	14	4	6	3
<i>considerar</i>	13	11	18	12	30	30	87	25	39	21
<i>constatar</i>	1	1	2	1	2	2	7	2	2	1
<i>creer</i>	14	12	10	7	36	37	74	21	69	37
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
<i>dudar</i>	0	0	1	1	2	2	7	2	0	0
<i>entender</i>	6	5	19	13	6	6	27	8	14	8
<i>esperar</i>	6	5	5	3	16	16	13	4	9	5
<i>estimar</i>	4	3	0	0	8	8	8	2	5	3
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	4	3	1	1	1	0	0	0
<i>intuir</i>	0	0	2	1	0	0	0	0	1	1
<i>opinar</i>	3	2	1	1	3	3	16	5	5	3
<i>pensar</i>	11	9	11	8	2	2	19	5	10	5
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	6	6	6	2	4	2
<i>razonar</i>	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
<i>recordar</i>	6	5	12	8	21	21	51	14	26	14
<i>reflexionar</i>	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	37	31	43	30	0	0	104	29	46	25
<i>sospechar</i>	1	1	0	0	1	1	12	3	7	4
<i>Suponer</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
TOTAL	108	89	136	94	142	144	477	135	255	137

Tabla XXII. FA y FN en estilo directo *El Mundo*

TOTAL DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	105.639		96.722		68.841		342.391		44.283	
<i>EL MUNDO</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	1	1	6	6	1	2	2	1	0	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>conocer</i>	1	1	1	1	0	0	6	2	0	0
<i>considerar</i>	3	3	4	4	3	4	8	2	0	0
<i>constatar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>creer</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>entender</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>esperar</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>estimar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>evocar</i>	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	1	1	4	4	0	0	5	2	0	0
<i>pensar</i>	2	2	1	1	0	0	1	0	1	2
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>razonar</i>	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0
<i>recordar</i>	12	11	5	5	0	0	14	4	6	14
<i>reflexionar</i>	1	1	0	0	1	2	2	1	1	2
<i>rememorar</i>	0	0	2	2	0	0	3	1	1	2
<i>saber</i>	0	0	1	1	0	0	3	1	0	0
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	24	23	26	27	6	9	55	16	9	20



Tabla XXIII. FA y FN en estilo indirecto *El Mundo*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	105.639		96.722		68.841		342.391		44.283	
<i>EL MUNDO</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>comprender</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	1	2
<i>comprobar</i>	2	2	5	5	3	4	9	3	2	5
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	0	8	2	0	0
<i>conocer</i>	0	0	4	4	1	2	15	4	1	2
<i>considerar</i>	5	5	4	4	15	22	93	27	1	2
<i>constatar</i>	0	0	0	0	5	7	13	4	0	0
<i>creer</i>	13	12	19	20	14	20	73	21	5	11
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	1	1	2	2	0	0	6	2	2	5
<i>entender</i>	6	6	1	1	5	7	29	8	3	7
<i>esperar</i>	1	1	7	7	2	3	16	5	2	5
<i>estimar</i>	2	2	1	1	9	13	15	4	0	0
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	5	1	0	0
<i>intuir</i>	4	4	2	2	0	0	1	0	0	0
<i>opinar</i>	0	0	1	1	0	0	4	1	0	0
<i>pensar</i>	3	3	2	2	4	6	6	2	4	9
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	2	3	2	1	2	5
<i>razonar</i>	0	0	0	0	2	3	0	0	0	0
<i>recordar</i>	3	3	9	9	12	17	63	18	5	11
<i>reflexionar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	22	21	23	24	2	3	54	16	7	16
<i>sospechar</i>	4	4	3	3	0	0	4	1	0	0
<i>suponer</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	67	63	84	87	76	110	419	122	35	79

**Tabla XXIV.** FA y FN en estilo directo *La Razón*

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	93674		72768		70605		265697		94861	
LA RAZÓN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	3	4	0	0	1	0	0	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>conocer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>considerar</i>	0	0	2	3	3	4	2	1	1	1
<i>constatar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>creer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>entender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>esperar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>estimar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	0	0	1	1	2	3	1	0	0	0
<i>pensar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	3	4	1	0	0	0
<i>razonar</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	2	2	4	6	1	1	15	6	3	3
<i>reflexionar</i>	1	1	1	1	0	0	2	1	1	1
<i>rememorar</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	4	4	13	18	9	13	24	9	5	5

**Tabla XXV.** FA y FN en estilo indirecto *La Razón*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	93674		72768		70605		265697		94861	
LA RAZÓN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	0	0	2	3	2	1	1	1
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<i>comprender</i>	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprobar</i>	3	3	2	3	2	3	14	5	4	4
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	1	1	1	1	2	3	8	3	1	1
<i>conocer</i>	3	3	0	0	0	0	5	2	2	2
<i>considerar</i>	4	4	9	12	26	37	66	25	6	6
<i>constatar</i>	0	0	1	1	3	4	4	2	2	2
<i>crear</i>	6	6	14	19	10	14	53	20	17	18
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	2	3	0	0	4	2	1	1
<i>entender</i>	3	3	6	8	4	6	23	9	4	4
<i>esperar</i>	1	1	2	3	11	16	17	6	9	9
<i>estimar</i>	2	2	0	0	5	7	8	3	2	2
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
<i>intuir</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	0	0	0	0	2	3	0	0	1	1
<i>pensar</i>	5	5	12	17	2	3	17	6	6	6
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	1	1	2	3	4	6	5	2	1	1
<i>razonar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	7	8	4	6	12	17	50	19	10	11
<i>reflexionar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>saber</i>	19	20	47	65	3	4	49	18	30	32
<i>sospechar</i>	1	1	3	4	0	0	9	3	1	1
<i>suponer</i>	0	0	1	1	0	0	5	2	2	2
TOTAL	59	63	106	146	88	125	341	128	102	108

Tabla XXVI. FA y FN en estilo directo ABC

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	90.997		99.373		52.633		265.385		139.067	
ABC	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>conocer</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
<i>considerar</i>	1	1	2	2	0	0	11	4	2	1
<i>constatar</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>creer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>entender</i>	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0
<i>esperar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>estimar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>evocar</i>	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	0	0	2	2	0	0	2	1	0	0
<i>pensar</i>	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>razonar</i>	0	0	1	1	0	0	2	1	0	0
<i>recordar</i>	8	9	2	2	0	0	7	3	4	3
<i>reflexionar</i>	2	2	1	1	0	0	0	0	1	1
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
<i>saber</i>	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	16	18	15	15	1	2	30	11	8	6

Tabla XXVII. FA y FN en estilo indirecto ABC

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	90.997		99.373		52.633		265.385		139.067	
ABC	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
<i>comprender</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
<i>comprobar</i>	1	1	6	6	0	0	3	1	3	2
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	1	1	2	2	4	8	8	3	4	3
<i>conocer</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
<i>considerar</i>	5	6	5	5	16	30	55	21	8	6
<i>constatar</i>	1	1	1	1	1	2	7	3	1	1
<i>creer</i>	4	4	2	2	6	11	61	23	17	12
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>entender</i>	2	2	6	6	1	2	8	3	6	4
<i>esperar</i>	1	1	4	4	5	10	6	2	2	1
<i>estimar</i>	0	0	0	0	6	11	4	2	3	2
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>intuir</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
<i>opinar</i>	0	0	0	0	0	0	6	2	1	1
<i>pensar</i>	4	4	6	6	0	0	8	3	7	5
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	4	8	1	0	3	2
<i>razonar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	1	1	1	1	15	29	56	21	21	15
<i>reflexionar</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	11	12	19	19	2	4	32	12	19	14
<i>sospechar</i>	3	3	1	1	0	0	2	1	0	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	36	40	57	57	60	114	264	99	97	70

Tabla XXVIII. FA y FN en estilo directo *El Periódico*

ESTILO DIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	69.172		103.379		78.617		226.407		118.017	
<i>EL PERIÓDICO</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>conocer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<i>considerar</i>	2	3	1	1	3	4	8	4	7	6
<i>constatar</i>	2	3	0	0	0	0	1	0	2	2
<i>creer</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>entender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>esperar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>estimar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	1	1	2	2	0	0	6	3	3	3
<i>pensar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	2	3	0	0	2	2
<i>razonar</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	7	10	5	5	6	8	7	3	7	6
<i>reflexionar</i>	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	13	19	9	9	12	15	27	12	24	20

Tabla XXIX. FA y FN en estilo indirecto *El Periódico*

ESTILO INDIRECTO	CULTURA		DEPORTES		ECONOMÍA		POLÍTICA		SOCIEDAD	
Nº de palabras	69.172		103.379		78.617		226.407		118.017	
<i>EL PERIÓDICO</i>	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	2	2
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	1	1	5	6	9	4	10	9
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>confiar</i>	2	3	4	4	1	1	6	3	1	1
<i>conocer</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>considerar</i>	5	7	5	5	18	23	70	31	32	27
<i>constatar</i>	2	3	0	0	2	3	14	6	5	4
<i>crear</i>	7	10	5	5	7	9	45	20	10	9
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	0	0	5	2	1	1
<i>entender</i>	4	6	3	3	3	4	11	5	12	10
<i>esperar</i>	5	7	7	7	5	6	10	4	6	5
<i>estimar</i>	0	0	0	0	14	18	8	4	3	3
<i>evocar</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>intuir</i>	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	2	3	1	1	1	1	7	3	3	3
<i>pensar</i>	4	6	4	4	1	1	9	4	7	6
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	3	4	2	2	5	6	4	2	2	2
<i>razonar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	6	9	16	15	8	10	41	18	24	20
<i>reflexionar</i>	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	5	7	18	17	6	8	36	16	21	18
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	5	4
<i>suponer</i>	2	3	0	0	0	0	5	2	0	0
TOTAL	48	69	69	67	76	97	293	129	146	124

Tabla XXX. FA y FN en periódicos especializados en deportes (estilo directo e indirecto)

PRENSA DEPORTIVA	ESTILO DIRECTO						ESTILO INDIRECTO					
	SPORT		AS		MARCA		SPORT		AS		MARCA	
	415810		309627		871489		415810		309627		871489	
	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	2	1	1	0	24	3	3	1	2	1	5	1
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	0	17	4	8	3	22	3
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	1	0	0	0	1	0	15	4	4	1	30	3
<i>conocer</i>	0	0	0	0	0	0	3	1	8	3	21	2
<i>considerar</i>	3	1	1	0	21	2	58	14	18	6	95	11
<i>constatar</i>	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0
<i>creer</i>	2	1	1	0	0	0	89	21	35	11	171	20
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	1	0	0	0	4	0	4	1	1	0	11	1
<i>entender</i>	1	0	0	0	6	1	38	9	29	9	75	9
<i>esperar</i>	4	1	1	0	11	1	38	9	33	11	98	11
<i>estimar</i>	0	0	1	0	1	0	1	0	2	1	7	1
<i>evocar</i>	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	8	1
<i>opinar</i>	3	1	2	1	8	1	3	1	1	0	6	1
<i>pensar</i>	3	1	6	2	9	1	20	5	22	7	86	10
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	2	0	0	0	7	1	0	0	0	0	0	0
<i>razonar</i>	1	1	0	0	3	0	0	0	1	0	3	0
<i>recordar</i>	15	4	9	3	60	7	45	11	8	3	49	6
<i>reflexionar</i>	5	1	1	0	12	1	0	0	1	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	0	0	4	0	97	23	68	22	337	39
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	4	1	5	2	6	1
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
TOTAL	43	10	24	8	177	20	438	105	248	80	1.038	119



**Tabla XXXI.** FA y FN en periódicos especializados en economía (estilo directo e indirecto)

PRENSA ECONÓMICA	ESTILO DIRECTO				ESTILO INDIRECTO			
	EXPANSIÓN		CINCO DÍAS		EXPANSIÓN		CINCO DÍAS	
	420.464		314.773		420.464		314.773	
	FA	FN	FA	FN	FA	FN	FA	FN
<i>analizar</i>	1	0	1	0	7	2	0	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	2	0	1	0
<i>comprender</i>	0	0	0	0	1	0	1	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	5	1	6	2
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>conocer</i>	0	0	0	0	3	1	3	1
<i>considerar</i>	9	2	6	2	102	24	85	27
<i>constatar</i>	0	0	1	0	8	2	5	2
<i>creer</i>	3	1	0	0	166	39	60	19
<i>confiar</i>	0	0	0	0	22	5	15	5
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	3	1	0	0
<i>entender</i>	0	0	0	0	17	4	17	5
<i>esperar</i>	2	0	2	1	58	14	29	9
<i>estimar</i>	0	0	3	1	36	9	31	10
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	1	0	0	0	1	0	2	1
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>opinar</i>	9	2	1	0	18	4	7	2
<i>pensar</i>	1	0	0	0	18	4	15	5
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	3	1	1	0	30	7	25	8
<i>razonar</i>	1	0	1	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	4	1	12	4	50	12	59	19
<i>reflexionar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	0	0	32	8	23	7
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	1	0	0	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	1	0
TOTAL	34	8	28	9	580	138	385	122

2.4. Tablas de proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto por medio y sección (datos en % respecto al total de verbos)

**Tabla XXXII.** Proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto en *El País* (% respecto al nº total de verbos por sección).

EL PAÍS	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
VERBOS										
<i>analizar</i>	0	20	0	1,1	2	0	0	0	0,4	0,4
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0,7	0	0,8	0,4
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	1,9	3,7	2,1	1,7	2,7
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	1,1	2	0,9	0	2,8	2,1	0,8
<i>conocer</i>	0	2,9	0	1,1	2	0,9	0,7	0	2,9	2,4
<i>considerar</i>	5,3	8,6	20	36	14,3	12	13,2	21,1	18,2	15,3
<i>constatar</i>	0	2,9	0	2,2	2	0,9	1,5	1,4	1,5	0,8
<i>creer</i>	0	0	0	0	0	13	7,4	25,4	15,5	27,1
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	1,1	0	0	0	0	0,2	0,4
<i>dudar</i>	0	2,9	0	1,1	0	0	0,7	1,4	1,5	0
<i>entender</i>	0	5,7	0	2,2	6,1	5,6	14	4,2	5,7	5,5
<i>esperar</i>	5,3	2,9	0	2,2	0	5,6	3,7	11,3	2,7	3,5
<i>estimar</i>	0	0	0	1,1	0	3,7	0	5,6	1,7	2
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	3,4	0	0	2,9	0,7	0,2	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	1,5	0	0	0,4
<i>opinar</i>	21,1	2,9	20	16,9	14,3	2,8	0,7	2,1	3,4	2
<i>pensar</i>	5,3	0	0	0	4,1	10,2	8,1	1,4	4	3,9
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	1,1	2	0	0	4,2	1,3	1,6
<i>razonar</i>	0	0	40	5,6	4,1	0	0	0,7	0	0
<i>recordar</i>	26,3	37,1	20	12,4	36,7	5,6	8,8	14,8	10,7	10,2
<i>reflexionar</i>	21,1	8,6	0	7,9	2	1,9	0,7	0	0	0
<i>rememorar</i>	15,8	5,7	0	1,1	4,1	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	0	2,2	0	34,3	31,6	0	21,8	18
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	2	0,9	0	0,7	2,5	2,7
<i>suponer</i>	0	0	0	1,1	0	0	0	0	0,2	0
TOTAL FA	19	35	10	89	49	108	136	142	477	255
TOTAL FA	201					1.118				

**Tabla XXXIII.** Proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto en *El Mundo* (% respecto al nº total de verbos por sección).

EL MUNDO	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
analizar	4,2	23,1	16,7	3,6	0	0	0	0	0,2	0
averiguar	0	0	0	1,8	0	0	0	0	0,2	0
comprender	0	0	0	0	0	0	1,2	0	0,2	2,9
comprobar	0	3,8	0	0	0	3	6	3,9	2,1	5,7
concebir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
confiar	0	0	0	0	0	0	0	0	1,9	0
conocer	4,2	3,8	0	10,9	0	0	4,8	1,3	3,6	2,9
considerar	12,5	15,4	50	14,5	0	7,5	4,8	19,7	22,2	2,9
constatar	0	0	0	3,6	0	0	0	6,6	3,1	0
creer	0	0	0	3,6	0	19,4	22,6	18,4	17,4	14,3
desconfiar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
discrepar	4,2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
dudar	0	0	0	0	0	1,5	2,4	0	1,4	5,7
entender	4,2	0	0	0	0	9	1,2	6,6	6,9	8,6
esperar	0	0	0	5,5	0	1,5	8,3	2,6	3,8	5,7
estimar	0	0	0	0	0	3	1,2	11,8	3,6	0
evocar	4,2	0	0	1,8	0	0	0	0	0	0
interpretar	0	0	0	0	0	0	0	0	1,2	0
intuir	0	0	0	0	0	6	2,4	0	0,2	0
opinar	4,2	15,4	0	9,1	0	0	1,2	0	1	0
pensar	8,3	3,8	0	1,8	11,1	4,5	2,4	5,3	1,4	11,4
presentir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
prever	0	0	0	1,8	0	0	0	2,6	0,5	5,7
razonar	0	3,8	16,7	1,8	0	0	0	2,6	0	0
recordar	50	19,2	0	25,5	66,7	4,5	10,7	15,8	15	14,3
reflexionar	4,2	0	16,7	3,6	11,1	0	0	0	0	0
rememorar	0	7,7	0	5,5	11,1	0	0	0	0	0
saber	0	3,8	0	5,5	0	32,8	27,4	2,6	12,9	20
sospechar	0	0	0	0	0	6	3,6	0	1	0
suponer	0	0	0	0	0	1,5	0	0	0	0
TOTAL FA	24	26	6	55	9	67	84	76	419	35
TOTAL FA	120					681				

**Tabla XXXIV.** Proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto en *La Razón* (% respecto al nº total de verbos por sección).

LA RAZÓN	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
VERBOS										
<i>analizar</i>	0	23,1	0	4,2	0	0	0	2,3	0,6	1
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	3,4	0	0	0	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	5,1	1,9	2,3	4,1	3,9
<i>concebir</i>	0	0	0	4,2	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	1,7	0,9	2,3	2,3	1
<i>conocer</i>	0	0	0	0	0	5,1	0	0	1,5	2
<i>considerar</i>	0	15,4	33,3	8,3	20	6,8	8,5	29,5	19,4	5,9
<i>constatar</i>	0	0	0	0	0	0	0,9	3,4	1,2	2
<i>crear</i>	0	0	0	0	0	10,2	11,7	11,4	15,5	16,7
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	7,7	0	0	0	0	1,9	0	1,2	1
<i>entender</i>	0	0	0	0	0	5,1	5,7	4,5	6,7	3,9
<i>esperar</i>	0	0	0	4,2	0	1,7	1,9	12,5	5	8,8
<i>estimar</i>	0	0	0	0	0	3,4	0	5,7	2,3	2
<i>evocar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	1
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	1,7	0	0	0	0
<i>opinar</i>	0	7,7	22,2	4,2	0	0	0	2,3	0	1
<i>pensar</i>	0	0	0	0	0	8,5	11,3	2,3	5	5,9
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	33,3	4,2	0	1,7	1,9	4,5	1,5	1
<i>razonar</i>	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	50	30,8	11,1	62,5	60	11,9	3,8	13,6	14,7	9,8
<i>reflexionar</i>	25	7,7	0	8,3	20	0	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	7,7	0	0	0	0	0	0	0,3	0
<i>saber</i>	0	0	0	0	0	32,2	44,3	3,4	14,4	29,4
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	1,7	2,8	0	2,6	1
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0,9	0	1,5	2
TOTAL FA	4	13	9	24	5	59	106	88	341	102
TOTAL FA	55					696				

**Tabla XXXV.** Proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto en ABC (% respecto al nº total de verbos por sección).

ABC	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
<i>analizar</i>	0	0	0	6,7	0	2,8	0	0	0,4	0
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0,4	1
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	1,8	0	0,4	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	2,8	10,5	0	1,1	3,1
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	2,8	3,5	6,7	3	4,1
<i>conocer</i>	0	6,7	0	3,3	0	0	1,8	0	0,4	0
<i>considerar</i>	6,3	13,3	0	36,7	25	13,9	8,8	26,7	20,8	8,2
<i>constatar</i>	0	0	0	10	0	2,8	1,7	1,7	2,7	1
<i>creer</i>	0	0	0	0	0	11,1	3,5	10	23,1	17,5
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1,1	0
<i>entender</i>	0	13,3	0	0	0	5,6	10,5	1,7	3	6,2
<i>esperar</i>	0	0	0	0	0	2,8	7	8,3	2,3	2,1
<i>estimar</i>	0	0	0	0	0	0	0	10	1,5	3,1
<i>evocar</i>	6,3	6,7	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0	0	0	1,8	0	0	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	2,8	0	0	0	1
<i>opinar</i>	0	13,3	0	6,7	0	0	0	0	2,3	1
<i>pensar</i>	18,8	20	0	0	0	11,1	10,5	0	3	7,2
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	0	0	0	0	0	6,7	0,4	3,1
<i>razonar</i>	0	6,7	0	6,7	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	50	13,3	0	23,3	50	2,8	1,8	25	21,2	21,6
<i>reflexionar</i>	12,5	6,7	0	0	12,5	0	1,8	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	3,3	12,5	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	6,3	0	0	3,3	0	30,6	33,3	3,3	12,1	19,6
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	8,3	1,8	0	0,8	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FA	16	15	1	30	8	36	57	60	264	97
TOTAL FA	70					514				

**Tabla XXXVI.** Proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto en *El Periódico* (% respecto al nº total de verbos por sección).

EL PERIÓDICO	ESTILO DIRECTO					ESTILO INDIRECTO				
	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD	CULTURA	DEPORTES	ECONOMÍA	POLÍTICA	SOCIEDAD
VERBOS										
<i>analizar</i>	0	0	0	7,4	0	0	0	0	0,7	1,4
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,4
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0,7	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	0	0	0	1,4	6,6	3,1	6,8
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0
<i>confiar</i>	0	0	0	0	0	0	5,8	1,3	2	0,7
<i>conocer</i>	0	0	0	0	4,2	0	0	0	1	0
<i>considerar</i>	15,4	11,1	25	29,6	29,2	10,4	7,2	23,7	23,9	21,9
<i>constatar</i>	15,4	0	0	3,7	8,3	4,2	0	2,6	4,8	3,4
<i>creer</i>	0	0	0	3,7	4,2	14,6	7,2	9,2	15,4	6,8
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1,7	0,7
<i>entender</i>	0	0	0	0	0	8,3	4,3	3,9	3,8	8,2
<i>esperar</i>	0	0	0	0	0	10,4	10,1	6,6	3,4	4,1
<i>estimar</i>	0	0	0	3,7	0	0	0	18,4	2,7	2,1
<i>evocar</i>	0	0	0	3,7	0	2,1	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	8,3	0	0	0	0	0	1	0
<i>intuir</i>	0	0	0	0	0	0	2,9	0	0	0
<i>opinar</i>	7,7	22,2	0	22,2	12,5	4,2	1,4	1,3	2,4	2,1
<i>pensar</i>	0	0	0	0	0	8,3	5,8	1,3	3,1	4,8
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	0	0	16,7	0	8,3	6,3	2,9	6,6	1,4	1,4
<i>razonar</i>	7,7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>recordar</i>	53,8	55,6	50	25,9	29,2	12,5	23,2	10,5	14	16,4
<i>reflexionar</i>	0	11,1	0	0	4,2	0	1,4	0	0,3	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	0	0	0	10,4	26,1	7,9	12,3	14,4
<i>sospechar</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	3,4
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	4,2	0	0	1,1	0
TOTAL FA	13	9	12	27	24	48	69	76	293	146
TOTAL FA	85					632				

**Tabla XXXVII.** Proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto en periódicos especializados en deportes (% respecto al nº total de verbos por sección).

DEPORTIVOS	ESTILO DIRECTO			ESTILO INDIRECTO		
	<i>SPORT</i>	<i>AS</i>	<i>MARCA</i>	<i>SPORT</i>	<i>AS</i>	<i>MARCA</i>
<i>analizar</i>	4,7	4,2	13,6	0,7	0,8	0,5
<i>averiguar</i>	0	0	0	0	0	0,2
<i>comprender</i>	0	0	0	0	0,8	0
<i>comprobar</i>	0	0	0	3,9	3,2	2,1
<i>concebir</i>	0	0	0	0	0	0
<i>confiar</i>	2,3	0	0,6	3,4	1,6	2,9
<i>conocer</i>	0	0	0	0,7	3,2	2
<i>considerar</i>	7,0	4,2	11,9	13,2	7,3	9,2
<i>constatar</i>	0	4,2	0	0	0	0,3
<i>creer</i>	4,7	4,2	0	20,3	14,1	16,5
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0	0	0
<i>dudar</i>	2,3	0	2,3	0,9	0,4	1,1
<i>entender</i>	2,3	0	3,4	8,7	11,7	7,2
<i>esperar</i>	9,3	4,2	6,2	8,7	13,3	9,4
<i>estimar</i>	0	4,2	0,6	0,2	0,8	0,7
<i>evocar</i>	0	0	0,6	0	0	0
<i>interpretar</i>	0	0	0	0,2	0	0,2
<i>intuir</i>	0	0	0	0,5	0	0,8
<i>opinar</i>	7,0	8,3	4,5	0,7	0,4	0,6
<i>pensar</i>	7,0	25,0	5,1	4,6	8,9	8,3
<i>presentir</i>	0	0	0	0	0	0
<i>prever</i>	4,7	0	4	0	0	0
<i>razonar</i>	2,3	0	1,7	0	0,4	0,3
<i>recordar</i>	34,9	37,5	33,9	10,3	3,2	4,7
<i>reflexionar</i>	11,6	4,2	6,8	0	0,4	0
<i>rememorar</i>	0	0	2,8	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	2,3	22,1	27,4	32,5
<i>sospechar</i>	0	0	0	0,9	2	0,6
<i>suponer</i>	0	0	0	0	0	0,1
TOTAL FA	43	24	177	438	248	1.038
TOTAL FA	244			1.724		



**Tabla XXXVIII.** Proyección de ideas mentales. Estilo directo e indirecto en periódicos especializados en economía (% respecto al nº total de verbos por sección).

ECONÓMICOS VERBOS	ESTILO DIRECTO		ESTILO INDIRECTO	
	<i>EXPANSIÓN</i>	<i>CINCO DÍAS</i>	<i>EXPANSIÓN</i>	<i>CINCO DÍAS</i>
<i>analizar</i>	2,9	3,6	1,2	0
<i>averiguar</i>	0	0	0,3	0,3
<i>comprender</i>	0	0	0,2	0,3
<i>comprobar</i>	0	0	0,9	1,6
<i>concebir</i>	0	0	0	0
<i>confiar</i>	0	0	3,8	3,9
<i>conocer</i>	0	0	0,5	0,8
<i>considerar</i>	26,5	21,4	17,6	22,1
<i>constatar</i>	0	3,6	1,4	1,3
<i>creer</i>	8,8	0	28,6	15,6
<i>desconfiar</i>	0	0	0	0
<i>discrepar</i>	0	0	0	0
<i>dudar</i>	0	0	0,5	0
<i>entender</i>	0	0	2,9	4,4
<i>esperar</i>	5,9	7,1	10	7,5
<i>estimar</i>	0	10,7	6,2	8,1
<i>evocar</i>	0	0	0	0
<i>interpretar</i>	2,9	0	0,2	0,5
<i>intuir</i>	0	0	0	0
<i>opinar</i>	26,5	3,6	3,1	1,8
<i>pensar</i>	2,9	0	3,1	3,9
<i>presentir</i>	0	0	0	0
<i>prever</i>	8,8	3,6	5,2	6,5
<i>razonar</i>	2,9	3,6	0	0
<i>recordar</i>	11,8	42,9	8,6	15,3
<i>reflexionar</i>	0	0	0	0
<i>rememorar</i>	0	0	0	0
<i>saber</i>	0	0	5,5	6
<i>sospechar</i>	0	0	0,2	0
<i>suponer</i>	0	0	0	0,3
TOTAL FA	34	28	580	385
TOTAL FA	62		965	