



Literatura y Lingüística

ISSN: 0716-5811

literaturalinguistica@ucsh.cl

Universidad Católica Silva Henríquez

Chile

Cervera Rodríguez, Ángel
MARCAS LINGÜÍSTICO-DISCURSIVAS EN TITULARES DE PRENSA EN ESPAÑOL
ACTUAL

Literatura y Lingüística, núm. 34, 2016, pp. 265-294

Universidad Católica Silva Henríquez

Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35248852013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

MARCAS LINGÜÍSTICO-DISCURSIVAS EN TITULARES DE PRENSA EN ESPAÑOL ACTUAL*

Ángel Cervera Rodríguez**

Resumen

El discurso periodístico tiene como objetivo fundamental la transmisión de información actual. Para presentarla, la prensa escrita recurre a una amplia variedad de secciones temáticas, de secuencias textuales y de géneros discursivos, en los que convergen informaciones, opiniones y enfoques distintos. Todos los géneros van precedidos de titulares, considerados como enunciados breves que anticipan el contenido de la noticia, con la diferencia de que unos titulares -los informativos- se dirigen a captar la atención, y otros -los de opinión- se construyen lingüística y discursivamente no solo para captar la atención, sino para orientar y persuadir al lector.

Palabras clave: discurso periodístico, prensa escrita (impresa y digital), géneros periodísticos, titulares periodísticos, noticia, información.

LINGUISTIC - DISCURSIVE BRANDS IN HOLDERS OF PRESS IN CURRENT SPANISH

Abstract

The journalistic discourse has as main objective the transmission of current information. To present it, the written press resorts to a wide variety of thematic sections, of textual sequences and of discursive genres, in which converge information, opinions and different approaches. All genres are preceded by headlines, considered to be short statements which anticipate the content of the news, with the difference that a few headlines, news, go to capture attention, and others, view, linguistic and discursively are built not only to attract the attention, but to guide and persuade the reader.

Keywords: journalistic discourse, written press (printed and digital), journalistic kinds, newspaper headlines, news, information.

Recibido: 16-04-2015

Aceptado: 22-01-2016

* Este artículo se inscribe en el proyecto del grupo de investigación Lingüística Aplicada del Español, N° 930507, adscrito al Dpto. de Lengua Española, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada, Facultad de Filología, y subvencionado por el Banco de Santander, La Comunidad de Madrid y la Universidad Complutense de Madrid.

** Español. Doctor en Filología. Docente e investigador en Facultad de Filología, Departamento de Lengua Española, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada, Universidad Complutense, Madrid, España. cervera1@filol.ucm.es

1. Introducción

La información juega un papel muy importante en la sociedad actual. Son muchos los medios de comunicación que se utilizan, sobre todo con la incorporación de nuevos soportes tecnológicos, de redes sociales (twitter, facebook, tuenti, whatsapp) y formas de difusión y de acercamiento de la información con *mails*, *SMS*, noticias “whatsapeadas” a través de internet, móvil, Iphone, Ipad o tablet. Por el interés que despierta la información, se han venido realizando numerosos estudios en el ámbito del análisis del discurso sobre el mensaje informativo.

Ahora bien, a diferencia de los otros medios de comunicación, la prensa –impresa y digital–¹, señala García Novell (1992, p. 18), es el medio gráfico más característico que se sirve de ilustraciones y de la lengua escrita. En ella se nos muestra una realidad compleja socio-cultural, política, económica, etc., definida por Rodrigo (2005, p. 47), como “realidad social poliédrica”, que se refleja en la producción de noticias vinculadas a la actualidad y la pertinencia. Y es a través de la construcción sintáctica donde se vislumbra la visión semiótica de la realidad al transformar la factualidad objetiva en discursiva, que, como dice Sosa (2000, p. 114), la noticia no es lo que pasa, sino un componente semiótico que representa simbólicamente lo que pasa mediante la selección y la estructuración de las unidades de información.

2. Información y opinión en el discurso periodístico

El discurso periodístico incluye los géneros de información, de modalidad narrativo-descriptiva y dialógica para dar entrada a diferentes enunciadore²; los de opinión (u opinativos), de carácter argumentativo³, como señala Gutiérrez Vidrio (2010, p. 169), con reflexiones, explicaciones y argumentos para orientar al lector; y los interpretativos, como la crónica y la entrevista, de tipo explicativo.

1 Para dar cuenta del funcionamiento de los titulares de prensa en español se han tomado ejemplos de periódicos diversos, como *El País*, *ABC*, *El Mundo*, *El Comercio*, *El Mercurio*, *Clarín*, *La Nación*, *Excelsior*, *El tiempo*, *Libertaddigital.com*, *elimparcial.es*, *elplural.es*, entre otros

2 Los enunciadore² se inscriben y se reconocen en el enunciado a través de las voces o los diferentes puntos de vista a los que da entrada el locutor en el ámbito discursivo (Cervera, 2013, p. 62).

3 A través de la argumentación, el locutor (autor) recurre tanto a los **datos**, que son razones basadas en la observación y la experiencia, como a las **garantías** para justificar el paso de los datos a la conclusión. Los términos «razonamiento» y «argumento» no son sinónimos: se opina o razona para uno mismo; en cambio, se argumenta para convencer a los demás, por lo que no todos los razonamientos son argumentativos. Por eso, razonamos para nosotros y argumentamos para los demás interlocutores (Perelmann-Olbrechts (1994, p. 34).

Pero es en los titulares, en forma de enunciados⁴, donde se reflejan anticipadamente las estrategias comunicativas por medio de marcas lingüístico-pragmáticas. En líneas generales, los titulares se construyen de manera semejante en todos los medios, aunque actualmente se tiende a ampliar el enunciado-guía⁵ en los géneros informativos y a abreviarlos en los de opinión, acercándolos a los del ensayo. Ahora bien, los géneros periodísticos se diferencian, como indica Fonte (2002, p. 26), por su función, su estructura y otras características discursivas. Jorques (2007, p. 85) distingue tres modos de abordar la información: **la de relatar**, en la noticia, entrevista y reportaje objetivo; **la de analizar**, en la crónica y el reportaje interpretativo; y **la de persuadir**, en el editorial, la columna, el artículo, la crítica, etc. Añade que, además de la función, influyen componentes pragmáticos que miden las relaciones entre locutor (periodista), alocutor (lector) y realidad (hecho informativo). Por su parte, González Reyna (2005) habla solo de **informativos y opinativos** según las formas del discurso; en cambio, Santamaría (1990, p. 21) recurre a la división clásica en: **informativos** (noticia y reportaje objetivo); **interpretativos** (crónica y reportaje en profundidad); y **opinativos** (artículo, editorial, columna y crítica). Además, los géneros periodísticos están estrechamente relacionados con los modos de organización discursiva, es decir, con la intención comunicativa del locutor: los informativos siguen un orden lineal, y los de opinión, un orden jerárquico y pragmático.

En lo tocante al análisis del discurso, Charaudeau (2003, p. 15) considera que «la información es esencialmente una cuestión de lenguaje, y el lenguaje no es transparente; presenta su propia opacidad». Así, las secuencias de los titulares son unidades estructurales de enunciados en donde confluyen los componentes lingüísticos, el sociocultural, la situación y la intención comunicativa. Por eso, Adam (1990) explica que no hay textos prototípicos, sino secuencias prototípicas, como la narrativa, descriptiva, explicativa, argumentativa y dialogal. Para dar a conocer la actualidad, la prensa recurre a géneros periodísticos de **información** y para interpretar y valorar la información, recurre a los géneros de **opinión**, como el artículo (de fondo, costumbres y de

4 Los enunciados son las unidades más representativas del proceso de comunicación que se realiza a través de los actos de habla realizados en contextos concretos (Cervera, 2013, p. 14).

5 El término «enunciado-guía» equivale a «orientador de la información» (Cervera, 2013, p. 146).

crítica), el editorial⁶ y la columna⁷, que argumentan para interpretar la actualidad, valorar los hechos y así orientar en el juicio a los lectores. A estos dos grupos hay que añadir los **géneros mixtos o híbridos**, como la crónica⁸, donde se combinan información y opinión, los **lúdicos** (o de entretenimiento) y las **cartas al director**⁹, que, según reconoce Jorques (2007, p. 89), no son propiamente géneros periodísticos, sino posiciones enunciativas, como las conferencias de prensa o los sondeos de opinión. Más aún, los géneros del discurso periodístico se caracterizan por la presencia de algunos factores situacionales -campo, tenor y modo-¹⁰, que explican Halliday-Hasan (1976, p. 22-23). En general, suelen coincidir en el modo -al transcribirse en lengua común-, en el campo -centrado en el ámbito periodístico-, y en el tenor interpersonal; sin embargo, se diferencian en el tema y en el modo de tratarlo, en la ubicación de la sección y la diversidad de enfoque.

3. Los titulares de los géneros periodísticos

Los titulares se presentan de manera abreviada ante el lector como manifestaciones explícitas lingüísticas que orientan el interés por el tema que se va a desarrollar en el texto y, a su vez, contribuyen a guiar la interpretación del sentido del texto. En los titulares se enmarca la enunciación por medio de las marcas lingüísticas que el locutor proyecta discursivamente para orientar al lector en su interpretación mediante el proceso inferencial¹¹. Por eso, la elaboración de los titulares requiere una laboriosidad rigurosa, puesto que a través de ellos el locutor trata de suscitar el máximo interés del lector. De la Serna en su artículo “Algunos titulares” (1992)¹² recurre al *Libro del estilo de El País* para reprobar el «recurso fácil» de titular, como aplicar a un reportaje un título de película

6 El **editorial** suele redactarlo un experto en el tema tratado sin firmar, siguiendo la línea ideológica de la redacción del periódico, que asume la responsabilidad en su totalidad.

7 La **columna** es un artículo de espacio limitado, lo que determina su estructura cerrada, aunque el columnista siempre trata de concienciar al lector, según López Hidalgo (1996, p. 152).

8 En la **crónica** se recurre a diferentes tipos de modalidades, aunque domina la narración y el diálogo directo e indirecto y a un lenguaje ágil, atractivo y ameno.

9 Mediante las cartas los lectores expresan sus opiniones: comentan, aclaran, rectifican, alaban, reprochan o denuncian.

10 El campo abarca el escenario en el que tiene lugar el discurso y el tema; el modo es la manera en la cual el contenido es comunicado: hablado, escrito, organizado, etc. y la forma de expresión elegida: narrativa, dialéctica, persuasiva, argumentativa, expositiva...; y el tenor es la relación entre los participantes en el acto comunicativo y su interacción, incluyendo actitudes, intenciones y relaciones sociales.

11 La inferencia es el resultado del proceso lógico-cognitivo que se desencadena en el hablante-receptor al interpretar los significados -explícitos e implícitos- de los enunciados lingüísticos producidos con intención comunicativa en un contexto concreto por un locutor.

12 Serna, Jesús de la, (1992): «Algunos titulares», en *El País*, 19.01.92, p. 14.

o el de una canción. Incluso se muestra inflexible sobre los titulares de discurso directo, al decir textualmente: «en el caso de declaraciones, la frase elegida, si va entrecomillada, debe ajustarse al máximo a las palabras exactas pronunciadas por el personaje». En realidad, los titulares de la prensa escrita -impresa y digital- suelen cumplir al menos tres funciones: **identificativa**, para singularizar un texto frente a otros; **informativa**, basada en la noticia; y **apelativa**, dirigida a cautivar al lector.

Además, en la digital opera la función hipertextual, puesto que, como dice Salaverría (2005, p. 80), está abierta a navegación cibernética. Steel (1971), por su parte, considera los titulares en sí mismos como expresiones independientes o no condicionadas. Se trata de signos claramente marcados que establecen una relación estrecha con la noticia que resumen y a la que aluden, presentados en enunciados periodísticos variados. López Hidalgo (2001, p. 49-56) distingue siete clases de títulos: expresivos, apelativos, informativos, enunciativo-temáticos, creativos, informativo-explicativos y declarativos, aunque ni siquiera él cree que estas siete modalidades sean las definitivas. Para Alarcos (1977, p. 128-132), los titulares más frecuentes son los subjetivos, apelativos, figurados y comprometidos, aunque la modalidad más utilizada en los titulares es la enunciativa, de carácter lineal y lógico: sujeto-verbo-objeto. No obstante, el componente expresivo y el deseo de llamar la atención al lector contribuyen a la elaboración de titulares de orden jerárquico. Por eso, en los titulares de enunciados declarativos, el sujeto (o emisor de la cita) es uno de los elementos obligatorios, aunque a veces se sustituye por el procedimiento de impersonalidad sin sujeto explícito y con el verbo de comunicación en tercera persona de singular o plural, como en:

- (1a) *Hay más crédito a menores tasas (Excelsior, 12/03/15)*, mediante la forma impersonal propia “hay”; y
- b) *Crecen en la ciudad los casos positivos de alcoholemia (Clarín, 12/03/15)*, cuya forma impersonal es eventual.

Para Alcaide (2001, p. 302), los titulares en 3ª persona y sin sujeto explícito pertenecen prácticamente al mismo universo del discurso, el de la impersonalidad. Es importante también observar el orden o jerarquización de los elementos y la colocación del verbo de lengua en el titular, cuya elección más frecuente viene dada por «decir», de valor

neutro, aunque a veces se sustituye por otros verbos de comunicación o se suprime para introducir el discurso reproducido directo, como:

- (2a) *Tras veinte años en poder de la guerrilla. “Nunca perdí la fe”, dice Andrés Botero, geólogo liberado por el Eln (La Nación, 12/03/15).*
- b) *Joshua Davis: “Si no estás fracasando, no estás innovando” (La Nación, 16/03/15).*

Pero también se recurre al discurso indirecto, como en:

- c) *Bolivia evalúa si expulsa a Belaunde Lossio, dijo su embajador (El Comercio, 12/03/15).*

y al referido, como en

- d) *Nicolás Maduro cuenta con poderes especiales para gobernar (La Nación, 16/03/15).*

En cualquiera de los casos, el locutor-periodista pone en boca de enunciadores ajenos a él la información. En ocasiones, los titulares presentan una tipografía específica complementada con marcas gráficas: letras de tamaño tipográfico variado, dos puntos, comillas, rayas o mayúsculas en secuencias compactas sin espacios blancos, aunque a veces la parte informativa no está desarrollada en el titular sino en el subtítulo. De todos modos, los titulares de prensa son una especie de extracto o resumen de otra manifestación lingüística más amplia, por lo que ha de establecerse una clara coherencia externa en la conexión entre el titular y la noticia (o glosa). Así, los titulares son enunciados o secuencias autónomas, donde concurren **concentración, resumen y alusión**, porque mencionan anticipadamente la noticia desarrollada. Por ello, para Casado (1978, p. 84), los titulares constituyen el elemento más característico de la fisonomía de los diarios. De cualquier forma, a través de los titulares, el locutor-periodista pretende, por un lado, llamar la atención del lector y, por otro, representar el contenido informativo y proyectar su intención comunicativa sirviéndose de todo tipo de procedimientos lingüísticos, retóricos y pragmáticos.

4. Configuración lingüística de los titulares de los textos periodísticos

Los rasgos lingüísticos de los textos periodísticos van dirigidos a informar con claridad y objetividad mediante recursos léxico-semánticos de carácter denotativo y procedimientos morfosintácticos, como el sustantivo abstracto, el adjetivo especificativo y ponderativo, el presente de indicativo con valor atemporal, el orden lógico de los elementos oracionales, el uso de la 3ª persona de los verbos y, a veces, la 1ª persona de plural con carácter sociativo, preferencia por las oraciones pronominales -impersonales y pasivas reflejas-, predominio de la nominalización, el recurso a las estructuras atributivas y a las construcciones coordinadas y subordinadas en función discursiva. Puede decirse que cada titular de un texto de carácter informativo o de opinión responde a un enunciado periodístico (EP)¹³, que está integrado por dos constituyentes, el titular (T) y la noticia (N). Ambos han de estar estrechamente relacionados con el fin de lograr la coherencia que requiere un texto para ser interpretado acorde con el sentido proyectado. Debe existir, por ello, una relación vinculante entre el segmento N (anafórico) del cuerpo (o glosa de la noticia) y el segmento T (topicalizado) que constituye el titular del enunciado periodístico.

4.1. La selección léxica del titular y su relación con la noticia

El discurso periodístico se nutre de todos los registros idiomáticos¹⁴, aunque la base del léxico es la lengua común. Se sirve de distintos tipos de códigos para transmitir la información: el icónico, el tipográfico y el lingüístico, unidos a la temática de la noticia. Pero, en función de la intención, el locutor recurre a coloquialismos, palabras-préstamo, derivaciones, composiciones, locuciones, etc., y a los procedimientos de nominalización, adjetivación y verbalización (o desnominalización) de un elemento de la noticia, como:

(3a) *El Príncipe discreto* (*El País*, 20/10/13), donde el cronista se refiere al papel del Príncipe en la Cumbre de Panamá;

13 El enunciado periodístico se define como la secuencia lingüística, en forma de unidad enunciativa, constituida por un titular y su noticia.

14 Los registros son modalidades expresivas que, a través de determinados mecanismos lingüísticos, permiten adaptar el discurso a cada situación comunicativa. La mayor o menor capacidad para usar las distintas modalidades expresivas o registros caracteriza y define a un hablante culto o no culto.

- b) *Decadencia empresarial* (*El País*, 20/10/13), titular de editorial económico;
- c) *Vendedor de buses cuestionado por posible conflicto de intereses* (*La Nación*, 16/03/15);
- d) *Arte para iluminar el futuro de África* (*El Mundo*, 27/10/13), titular de un reportaje formado por "N + Proposición final" con verbo no personal:
y
- e) *Defender una idea puede ser un gran negocio* (*El País*, 20/10/13).

Las relaciones léxicas que se establecen entre titular y noticia suelen ser de carácter morfológico (afijación) o léxico-semántico mediante la sinonimia, la hiponimia, la hiperonimia, el eufemismo, la paráfrasis, la siglificación¹⁵ o la lematización¹⁶; y estilístico: metáfora, hipérbole, metonimia, personificación, etc. Así vemos en:

- (4a) *China llega a la luna* (*El País*, 15/12/13): personificación e hipérbole;
- b) *La paz en auge con sombras en la economía* (*El Tiempo*, 12/03/15): metáfora; y
- c) *Bicicletas públicas en el centro de Santiago sufren actos vandálicos* (*El Mercurio* 12/03/15): personificación y metonimia.

Ahora bien, la celeridad y la improvisación inciden en la producción de palabras y expresiones inadecuadas, como el uso de

- **formas incorrectas e impropias** en el léxico:

- (5) *Contrastación por contraste / visionar por ver / intermediación por mediación / priorizar por dar prioridad, / frentear por colocar un frente / procesionar por salir en procesión.*

- **palabras abstractas y generalizadoras**, como en:

- (6a) *Competencia de Brasil insta a Telefónica a salirse de Telecom Italia* (*El País*, 6/12/12);
- b) *Situación y perspectiva de la unión bancaria* (*El País*, 20/10/13); y
- c) *La refundación de Pascual* (*El País*, 15/12/13).

- **tecnicismos:**

- (7a) *Metadona, un tratamiento de éxito para las adicciones* (*El Mundo*, 27/10/2010);

b) *¿Tiene sentido repatriar a los infectados por ébola?*(El Confidencial, 7/08/14); y

c) *Temen que mayor restricción a los catalíticos aumente la venta de autos usados* (El Mercurio, 12/03/15).

- **neologismos:**

(8a) *Hartos de trinchera: “hipotizar el futuro”* (ABC, 30/11/2008);

b) *El Ayuntamiento del PP de Ayllón busca convertir la localidad en centro friki de bodorrios* (El Plural, 5/ /09/14).

- **extranjerismos y barbarismos:**

(9a) *Un atractivo ‘collage’ urbano* (El País, 6/12/12), referido a L’Hospitalet de Llobregat por Eduardo Riol;

b) *Un crack Varoufakis, por imaginación que no quede* (Expansión, 11/02/15).

c) *Moratinos monta su “lobby” para dar pelotaxos en países del tercer mundo* (El Confidencial 16/03/15).

- **siglas:**

(10a) *El BCE mantiene los tipos en el mínimo histórico del 0,15%* (Estrella Digital, 7/98/14);

b) *SQM (Sociedad Química Minera de Chile) se desentiende recurso presentado por su gerente general* (El Mercurio, 12/03/15).

c) *MEF ahora prevé que la economía peruana crecerá 4,2% en 2015* (El Comercio, 12/03/15).

- **acrónimos:**

(11) *Informática, de Informa (-tion) (automa-) + tica” / Mercosur (de Mercado Común del Sur) / Pemex (de Petróleos Mexicanos).*

- **innovación léxica por procedimientos morfológicos derivativos o afijales:**

(12a) *uropeístas, inculpación, imputado, consensuar, cuestación, ocupacional, convergente, comunitario, comisionado, etc.;*

y por medio de procedimientos morfosintácticos compositivos:

b) *autodeterminación, eurozona o euroescéptico.*

o de agrupación de palabras formalizadas:

- c) *conferencia-coloquio, libre determinación, casos de corrupción, hoja de ruta, sondeos de opinión, comisiones de investigación, campañas antidroga, derecho a decidir por referéndum, etc.*

Asimismo, tanto en los titulares como en el desarrollo del texto-noticia del discurso periodístico, se introducen términos procedentes del registro administrativo, jurídico, político, sindical, económico y legal. Así son frecuentes:

- las **expresiones hechas o locuciones provenientes del lenguaje administrativo**:

(13a) *Marco de relaciones laborales / Desplegados todos los efectivos de la seguridad del Estado.*

- las voces y expresiones de **carácter coloquial** inacabadas y sincopadas:

b) *La despresurización del aeropuerto de Barajas / Donde dije digo... (El País, 20/10/13).*

- las **formas fálicas** mediante apoyaturas y fórmulas interrogativas; expresiones onomatopéyicas e interjectivas; **apoyaturas y recurrencias**; y **formas expresivas mediante exclamaciones y sufijos**, como

c) *Historietas para no dormir, ¡qué barbaridad! (El Mundo 26/07/2007).*

En cualquier caso, son variados los registros que están presentes en los enunciados que conforman tanto los titulares como la glosa de la noticia.

4.2. La estructura sintáctica de los titulares

Los titulares¹⁷ están conformados por medio de enunciados breves, de carácter generalmente enunciativo: unos en forma oracional, simple o compleja; de predicado finito (con verbo flexionado) o infinito (formas no personales del verbo o nominales); y otros constituidos por una cláusula reducida. En ellos suelen operar, apunta Alcoba (1991, p. 29-31), determinadas condiciones léxicas y sintácticas que proporcionan un

17 Los titulares periodísticos constituyen enunciados-guía, que, por un lado, enmarcan la información con brevedad, y, por otro, anticipan a modo de resumen el contenido desarrollado de la noticia.

carácter peculiar al titular por tratarse del enunciado periodístico por antonomasia.

Para la interpretación de los enunciados de los titulares del discurso periodístico es imprescindible reconocer el orden y la distribución de las unidades de información¹⁸ en la estructura sintáctica. Normalmente el titular está en correspondencia con el cuerpo de la noticia mediante la relación entre forma **pasiva** y **activa**, causa-efecto o condición-consecuencia, donde el titular manifiesta la consecuencia de un segmento temático anafórico de la noticia mediante un proceso al que denomina Alcoba (1999, p. 96) de "desubordinación"¹⁹, donde el titular es correferente con una proposición subordinada situada en el cuerpo de la noticia. Caben añadir otros recursos sintácticos, como:

- **oraciones simples de modalidad enunciativa** en indicativo:

(14a) *España reduce el coste por emitir deuda a medio plazo hasta los niveles de 2005 (El País, 6/12/12).*

b) *Venezuela advirtió sobre un bloqueo de EEUU (El Tiempo, 12/03/15).*

c) *La NASA pone a prueba un poderoso cohete (El Mercurio, 12/03/15).*

- **oraciones subordinadas sustantivas, adjetivas y adverbiales:**

(15a) *"Creí que era solo cosa de casadas, adultas" (El País, 20/10/13), subordinada sustantiva de estilo indirecto donde la enunciadora cuenta que fue víctima de violación con 15 años.*

b) *Industria oculta problemas en el terreno donde irá el silo nuclear (R. Méndez, en Villar de Cañas, Cuenca (El Mundo, 27/10/13): adverbial locativa.*

c) *El mercado laboral fuerza a los empleados a convertirse en profesionales emprendedores. La diferenciación frente a los competidores resulta vital (El País, 15/12/13): subordinada sustantiva de infinitivo en C. Régimen.*

d) *El hombre que derrotó al racismo (El País, 6/12/12): subordinada adjetiva.*

17 Los titulares periodísticos constituyen enunciados-guía, que, por un lado, enmarcan la información con brevedad, y, por otro, anticipan a modo de resumen el contenido desarrollado de la noticia.

18 El tema (tópico o soporte) es la información conocida y el rema (comentario o aporte) es la información nueva (Gutiérrez Ordóñez, 1997, p. 20).

19 La desubordinación se produce cuando aparece un constituyente sintagmático subordinado en el cuerpo de la noticia a modo de proposición subordinada, mientras que en el titular se manifiesta como una proposición autónoma.

- **expresión nominal enunciativa + interrogación:**

(16) *Recuperación global, ¿llega para quedarse?* (El País, 20/10/13).

- **grupos sintácticos nominales o nominalizados:**

(17a) *Demasiado dolor para una isla tan pequeña* (refiriéndose a la rocosa lengua de Lampedusa donde se está produciendo el drama de la emigración). (El País, 20/10/13).

b) *De mariposas, arañas y elefantes* (por Hernán Corral). (El Mercurio, 12/03/15).

c) *El desafío de los negocios 2.0* (Vera Castelló). (El País, 15/12/13).

- **expresiones nominales por elipsis de verbo o artículo:**

(18a) *Presiones para un indulto* (ABC, 24/12/98).

b) *Víctimas del machismo a los 15* (El Mundo, 27/10/13), en el que muestra el grado de alarma social que está causando la violencia de género.

c) *Ceniza en agua podría causar daño en tejidos óseo y dental* (La Nación, 16/03/15).

- **expresiones nominales absolutas:**

(19a) *Presentados los tres relojes antiguos en el museo de la Ciencia* (ABC, 24/12/98).

b) *Archivada la denuncia contra la decana de los abogados* (El País, 6/12/12).

- **adjetivación ponderativa:**

(20) *La peligrosa decadencia* (ABC, 24/11/13).

- **fórmulas de interrogativa directa:**

(21a) *¿Presupuestos para la recuperación?* (El País, 20/10/13): titular de artículo con función apelativa.

b) *¿Salvarán las 'start ups' a España? / ¿Qué es ser ético?* (El País, 15/12/13).

c) *¿Cómo ser más productivo un emprendimiento?* (El Tiempo, 12/03/15).

- **construcciones con formas no personales del verbo:**

(22) *Oteando la recuperación* (El País, 20/10/13): titular de editorial.

- **construcciones de coordinación y yuxtaposición:**

(23a) *El Gobierno cree que la prioridad es la crisis y no cambiar la Constitución* (El País, 6/12/12).

b) *Le robaron la cartera, cayó a la vía y perdió la pierna* (la víctima de un robo a una chica de 29 años en Argentina) (Clarín, 12/03/15).

c) *Paz del agua en el Tajo-Segura: más acuerdos privados, menos trasvases* (El Mundo, 27/10/13).

- **construcciones proposicionales:**

(24a) *Un entierro que sepulta el racismo / El debate que todo lo oscurece / La mujer que manda en Detroit* (El País, 15/12/13).

b) *Ángela Bachiller. Gracias por lo que enseñas* (El País semanal, 29/12/13), que es una noticia comentada en la que se resalta que la tenacidad de esta persona con síndrome de Down la ha llevado a ser concejal.

c) *Guía práctica para tomar buenas selfies* (El Tiempo, 12/03/15).

- **construcciones atributivas:**

(25a) *“España es un país de brutalidad”, dice el ensayista, poeta y aforista Ramón Andrés* (El País, 6/12/12), en forma de estilo directo.

b) *Plantear la discusión de las balanzas fiscales es un absurdo. Ningún país del mundo lo hace y es lógico que así sea.* (Libertad Digital, 24/07/14).

- **fórmulas en aposición:**

(26a) *Francia, el enfermo que lastra a Europa* (ABC, 24/11/13).

b) *Canfranc, Casablanca a la española / España, escenario para la fabulación* (El País, 15/12/13).

c) *Luis Goytisolo. Un escritor de culto, por Carme Riera.* (El País Semanal, 29/12/13).

- presencia del **presente de indicativo** actual o atemporal en expresiones enunciativas:

(27a) *Mueren tres miembros de una misma familia por una intoxicación alimentaria* (El País, 15/12/13).

b) *Científicos esperan confirmar restos de Cervantes* (El Mercurio, 12/03/15).

- **juegos de palabras nominales y expresiones nominales sintetizadas:**

(28a) *De la pantalla a la novela* (El País, 15/12/13).

b) *De víctimas a verdugos* (El Plural, 23/7/14).

c) *En el laboratorio del gran productor / El cocinero del bosque / Medio siglo de un mito sobre ruedas / La debilidad del obispo / Neofranquismo* (sobre la ley de seguridad ciudadana) (El País Semanal, 29/12/13).

- **construcciones impersonales** de 3ª persona de singular y plural, sin sujeto explícito:

(29a) *Así sucedió la tragedia minuto a minuto* (El Mundo, 27/09/13).

b) *Desaparece un avión con destino a Argel operado por una empresa española* (Libertad Digital, 24/07/14);

- **formas pronominales concertadas** en estructuras de pasiva refleja y voz media

(30a) *España se despide de la recesión más larga de la democracia* (El País, 20/10/13).

b) *Así se reforma el Estado* (ABC, 24/11/13).

c) *Un avión se sale de la pista al aterrizar en Barajas* (El País, 6/12/12).

- **verbo de lengua en posición antepuesta o pospuesta a la cita** al flexibilizarse la idea de literalidad de la cita:

(31) *En la primera cirugía no sabía con qué me iba a encontrar, dice Miguel Cabanela, cirujano y traumatólogo de la Clínica Mayo* (ABC, 24/11/13).

- expresiones con **sujeto institucional, personificado e indeterminado:**

(32a) *Empleados de UGT confirman que usaba procedimientos delictivos* (Libertad Digital, 24/07/14);

b) *La C-NMV refuerza sus competencias frente a operaciones especulativas* (David Fernández) (El País, 6/12/12);

Según vemos, el locutor-periodista construye los titulares mediante una amplia variedad de procedimientos léxico-semánticos y gramaticales al servicio discursivo para que el lector interprete la información acorde con la intención con que es proyectada.

4.3. Estilo en los titulares periodísticos

Los titulares son esenciales en la construcción de los textos periodísticos. Se trata de unidades focales relevantes que anticipan el contenido informativo desarrollado en la glosa. Se suelen presentar en forma de enunciados concisos, autónomos y sugerentes, con el fin de informar básicamente y de proyectar expectativas atractivas y de interés en el lector que le lleven a leer la glosa. Los títulos de los diferentes géneros periodísticos se destacan con tipografía distinta a la de la glosa; en algunos de ellos, como en el reportaje y la crónica, la parte del titular solía estar constituida por el antetítulo, título, subtítulo y la entradilla (o resumen anticipado del cuerpo del texto); en la actualidad, se ha producido una reducción dando lugar normalmente a un anticipo complementario del titular, a modo de operador discursivo espacio-temporal, temático, fuente o punto de vista de un enunciador, representados mediante (A) y (B) en:

(33) (A) *TRAS LA COMPENSACIÓN DE YPF* (B) *Repsol ganó 1.327 millones hasta junio, un 47% más* (*Libertad Digital*, 24/07/14).

El periodista ha de satisfacer las expectativas del lector que demanda una información objetiva, veraz y transparente. Se trata de un lenguaje permeable y abierto a cualquier registro o código –literario, administrativo o coloquial–, aunque la lengua común es la base de la prensa escrita. No obstante, los titulares del discurso periodístico se caracterizan por la brevedad lingüística y el empleo de recursos retóricos, como:

- la **elipsis**:

(34a) *El último intento, el banco en bus* (*El País*, 20/10/13).

b) *Un día a la semana para trámites bancarios* (*El País*, 20/10/13), motivado por el cierre de una sucursal de Bankia.

- la **metáfora**:

(35a) *Ha nacido una estrella* (refiriéndose al euro, *El País* 2/1/99).

b) *El fantasma del racismo recorre otra vez Eu (ropa)* (*El País*, 15/12/13).

- la **personificación**:

(36a) *La esperanza asoma en Irán* (*El País*, 15/12/13);

b) *Cuando el alma llora* (*El Mercurio*, 12/03/15).

- la **antítesis**:

(37) *Batalla por la 'ley mordaza' (El País, 15/12/13).*

- la **paradoja**:

(38a) *Sobrevivir en la terminal (El País, 20/10/13).*

b) *Último vuelo a ninguna parte (aeropuerto de Ciudad Real) (El País, 15/12/13).*

- la **metonimia**:

(39) *Los mercados atisban la recuperación (El País, 20/10/13).*

- la **hipérbole mediante sustantivos, adjetivos y verbos con valor enfático**:

40a) *El PP despliega su artillería para frenar el "efecto Bárcenas" (El País, 20/10/13);*

b) *El papa Francisco impulsa la cruzada contra la pederastia (Pablo Ordaz) (El País, 6/12/12).*

c) *La violencia machista entre adolescentes se dispara un 30 %. (El País, 20/10/13);*

- mediante **expresiones metaforizadas**:

(41a) *forzar un salida negociada, abrir la brecha de la discordia, rearme de la sociedad, irresistible ventaja en los intereses hipotecarios, deseos ardientes de obtener plaza en la Europa del euro (Agencia EFE 1/12/15, Nueva Sociedad septiembre-octubre 2007, SIMA, 7/05/15).*

b) *Guerra de inversiones entre las clínicas de Nueva York para conquistar el mercado del cáncer" (ABC, 5/01/ /99).*

- y de carácter **épico**:

(42) *batalla campal, reacciones endiabladas, invasión de periodistas a la rueda de prensa, bombardeo de preguntas al presidente, el aparatoso accidente no causó víctimas de importancia (El País, 22/08/11).*

- el **recurso a los eufemismos y paráfrasis**:

(43) *agentes sociales por sindicatos, representantes del pueblo por políticos, caprichos del destino por accidente, conflicto laboral por huelga (Son palabras eufemísticas usadas habitualmente en diferentes periódicos).*

- **expresiones jocosas:**

(44) *Pujolandia* (*Imparcial*, 7/8/14): juega con el nombre de Pujol + país utópico.

- empleo de **generalizaciones y operadores discursivos** con fines argumentativos:

(45a) *de fuentes bien informadas, no hay datos oficiales, toda la prensa recoge la información, personas cercanas al hecho lo conforman* (son expresiones usuales que funcionan como operadores discursivos para indicar la fuente de la información).

b) *Según fuentes argelinas y un email interno* El avión de Swiftair, con siete españoles, se ha estrellado entre la región de Níger y Mali (El confidencial, 24/07/14).

Así pues, el discurso periodístico se surte de otras muchas fuentes y de muchos procedimientos lingüísticos y retóricos para dar cobertura a los diferentes temas que saltan al ámbito de la noticia. Ahora bien, la elección del léxico y de la estructura gramatical determina el enunciado-guía que configura el titular periodístico de acuerdo con la intención pragmática, que, a veces, está impregnado de algún componente ideológico en mayor o menor grado, como dice Van Dijk (2003, p. 68), en cuanto a que el locutor trata de orientar al lector en la interpretación de los enunciados.

5. Marcas discursivas en los titulares de géneros periodísticos

Los titulares, diferenciados gráficamente de la noticia, son indicadores de los géneros del discurso periodístico. Probablemente esta vinculación ha hecho que Casalmiglia-Tusón (2001, p. 251) hablen de la necesidad de establecer unidades, tipologías o clasificaciones por ser inherente al pensamiento humano. De cualquier forma, el periódico constituye un marco generador de expectativas comunes a todos los hechos que lo integran y, a su vez, los géneros actúan como limitadores de las posibilidades interpretativas de los enunciados. Asimismo, las secciones restringen las posibilidades, al funcionar a modo de filtros selectivos, dice Jorques (2007, p. 81), tanto de temas como de formas. Así, el editorial y la columna son artículos que presentan restricciones destinadas a una

mayor reflexión y crítica, mientras que la crónica o el reportaje están destinados a la información con puntos de vista distintos.

5.1. Estructura del discurso periodístico y cohesión discursiva de los titulares

El texto periodístico incluye un *frame* (o marco)²⁰, es decir, un esquema visual interpretativo que genera expectativas, y también un script (o guion) que, tras la presentación de la escena, permite seguir el relato de la noticia. Los titulares de la noticia constituyen la presentación visible de la escena dentro del contexto en que se inserta el acontecimiento, mientras que en la glosa o texto se desarrolla ampliamente la narración que sigue una secuencia lineal de información conocida (tema) seguido del nuevo (rema). A veces, el periodista prefiere utilizar la secuencia jerárquica al anteponer la información conocida delante por razones de relevancia informativa. De una u otra forma se producirá coherencia en la progresión informativa si se establece una correspondencia adecuada entre el nivel léxico-semántico, sintáctico y pragmático.

Los titulares de prensa se construyen con enunciados breves, que responden a situaciones de comunicación en las que confluyen los principios de informatividad y economía lingüística. Esta doble exigencia promueve estructuras esquemáticas del contenido de los titulares mediante la aplicación de técnicas de sintetización y de focalización²⁰ específicas, en palabras de Gutiérrez Ordóñez (1997, p. 34). Así, para la elaboración de los titulares se utilizan estrategias discursivas variadas teniendo en cuenta los factores que se proyectan en la enunciación²², como el foco temático, la restricción del espacio, la vinculación con el desarrollo temático, el componente argumentativo y la intención ideológica del articulista por su relación con aspectos vinculados a la política, la religión, la literatura, el arte, la cultura, etc., dice Van Dijk (1980:, p. 37). En realidad, en los titulares subyace el rasgo cognitivo de los articulistas.

Ahora bien, el titular en sí mismo no nos garantiza toda la información que se precisa para conocer la realidad, pero sí nos ofrece pautas o marcas que nos llevan a reconstruirla. Es en el discurso donde

20 Los marcos son esquemas o estructuras esquemáticas que se comportan como modelos para representar el mundo exterior.

podemos reconocer el sujeto enunciador y la situación comunicativa en que se produce la enunciación mediante la identificación del conjunto de presupuestos e implicaturas que se infieren en el titular y en la glosa del texto correspondiente. En el discurso concurren al menos dos universos integrados: **el lingüístico-comunicativo y el sociocultural e ideológico** (lo extradiscursivo). Además, en los titulares destacan las relaciones que se establecen por medio de la selección de los elementos **léxicos o morfoléxicos** y de la **configuración sintáctica**, así como la relación anafórica o la de “causalidad”²³ entre el titular y la noticia cuando el titular manifiesta la causa o condición de un segmento de la noticia, que expresa el efecto o la consecuencia, y la correferencialidad producida con una proposición subordinada de segundo nivel en el cuerpo de la noticia.

5.2. La coherencia discursiva entre titular y glosa

En un análisis discursivo es necesario tener en cuenta no solo las formas explícitas, sino también las implícitas, que resultan de los fenómenos culturales y de las formas simbólicas producidas en contextos estructurados. Puede hablarse de tres niveles o fases de análisis: el socio-histórico, el discursivo y el interpretativo. La consideración de estos tres niveles permite, a juicio de Thompson (1993, p. 300), interrelacionar los aspectos culturales, ideológicos y comunicativos. Además, en el análisis de los titulares de los géneros periodísticos debe tenerse en cuenta tanto el nivel visual o icónico (lo no verbal), como el verbal (o discursivo). Por ello, conviene reconocer en la medida de lo posible las circunstancias de producción social y enunciativa, las estrategias argumentativas, su retórica y los procesos cognitivos e ideológicos en los que se origina.

En el nivel visual, cabe analizar los rasgos materiales (ubicación, tipografía, sección, página, etc.) y el paratexto (fotografías, ilustraciones, gráficos o tablas). Como señala Van Dijk (1990, p. 126), entre las estrategias que le confieren confiabilidad y objetividad a la noticia se encuentran el uso de fotografías, la aportación de cifras, la precisión

21 La focalización consiste en destacar explícitamente un segmento del *enunciado*, que constituye el elemento informativo sobre el que se quiere llamar la atención del destinatario. La unidad destacada se denomina *foco* o *relieve*, que, a su vez, es una función informativa a disposición del hablante para dar énfasis a un constituyente del *discurso*.

22 La enunciación es el proceso cognitivo-comunicativo que establece la relación entre el enunciado y los agentes del discurso. El resultado de la enunciación es el enunciado.

23 La causalidad es una circunstancia del enunciado que puede no estar explícita en el cuerpo del texto, aunque se deduce por implicación polar de un segmento de la noticia.

de las descripciones y el manejo de citas. En el verbal o discursivo, Beacco-Darot (1984) sugieren el análisis de dos subniveles: a) un plano lingüístico y b) un plano macro-estructural, donde concurren las operaciones discursivas que recubren los actos de habla (o intenciones de comunicación como: apreciar, demandar, aconsejar); las operaciones cognitivas o elementos de los procesos de constitución del saber (como definir, clasificar, interpretar); y las operaciones metadiscursivas que explicitan la organización de un texto (establecer una conclusión, hacer una transición o anunciar un desarrollo temático). Los títulos y subtítulos se sitúan en el nivel discursivo con componentes lingüísticos, semióticos y paralingüísticos, tal como lo refleja Van Dijk (1991: cap. 3).

De cualquier forma, el análisis del discurso periodístico requiere tener en cuenta todos los componentes de la pragmática en diferentes niveles:

a) el **de las operaciones enunciativas** para ver la relación entre un enunciado y su enunciación, que se identifica a través de la selección de **marcadores discursivos, la deixis**, puesto que, como señalan Charaudeau-Maingueneau (2005, p. 154), permite «la localización y la identificación de las personas, objetos, procesos, acontecimientos y actividades de que se habla en relación al contexto espacio-temporal creado y mantenido por el acto de enunciación»; **los índices de persona**: *yo-tú*., para conocer el papel de los participantes; **los índices de ostensión o de localización del lugar o espacio**: *aquí, este*, etc. y **de tiempo**: *ahora, antes, ayer y verbos*; y **la modalización**, como manifestación de la relación del sujeto de la enunciación respecto a lo enunciado y a su interlocutor; ámbito de la aserción, la apreciación, la certeza, la expresión. Calsamiglia-Tusón (2001, p. 175) agrupan los modos de expresión de la modalidad en cuatro tipos: la modalidad de la frase (asertiva, interrogativa, exclamativa, imperativa) y los modos verbales (indicativo, subjuntivo, etc.); las modalidades que expresan grado de certidumbre, probabilidad o posibilidad; las apreciativas que se indican a través de medios léxicos como los adjetivos o adverbios y por medio de la entonación o exclamación; y las expresivas que agrupan todos los fenómenos que afectan el orden canónico de las palabras

b) El **de las operaciones discursivas**, que se desarrollan a través de los actos de habla que sirven para describir, explicar y apreciar e incluye los modos de organización del discurso: el enunciativo, el descriptivo, el narrativo y el argumentativo. Por ejemplo, «describir» implica,

según apuntan Charaudeau-Maingueneau (2005, p. 171), la elección de ciertos elementos para su representación por parte del interlocutor y el rechazo de otros. Ahora bien, la interpretación implica la reconstrucción de la significación de un hecho o un acontecimiento comentado. Para Santamaría (1990, p. 20), la interpretación es un juicio objetivo apoyado en los antecedentes, el conocimiento de la situación y el análisis de un acontecimiento, aunque no siempre es objetiva, como sucede con la apreciación, que, según dicen Beacco-Carot (1984, p. 45), se manifiesta a través de elementos lexicales donde se fijan los juicios de valor tanto positivos como negativos.

c) En las **operaciones metadiscursivas** se pretende conocer cómo se articulan unas partes con otras del discurso mediante los marcadores, la secuencia informativa y la organización retórica. Para Maingueneau (1999, p. 72), el metadiscurso es la “manifestación de la heterogeneidad enunciativa, en cuanto a que el locutor puede en todo momento comentar su propia enunciación dentro de la misma enunciación”. Además, en el discurso periodístico opera también el mecanismo de la **naturalización**, que consiste en tratar de omitir toda huella de enunciación, es decir, de proporcionar al discurso un carácter universal y natural, según apunta Reboul (1986; p. 93–96). A diferencia de los textos informativos, que tienen un componente más objetivo, los de opinión reflejan no solo experiencias personales, sino también convenciones sociales que reconocen los lectores. Por lo demás, el discurso periodístico, que es portador de temas científicos y no científicos, suele estar condicionado por unas determinadas formas textuales, como la línea editorial, la sección, el espacio, el formato, la oportunidad y el interés del tema, entre otras. No obstante, dentro de los géneros periodísticos, los artículos de opinión entrarían en el grupo de textos divulgativos, destinados a un supuesto lector con quien tiene la posibilidad de interactuar coherentemente con independencia de que sea o no un tema especializado. Ahora bien, para determinar el grado de coherencia de la titulación, hay que conocer tanto la interna del enunciado del titular en sí mismo, como la externa, es decir, la que vincula el enunciado-guía con la glosa de la noticia.

5.3. La enunciación y el discurso ajeno reproducido en el titular de prensa

Los encabezados de los géneros periodísticos son textos abreviados en los que predomina la economía lingüística y concentración

informativa. Nadal (2009, p. 13-17) ha constatado en su análisis que más del 60% de las noticias se originan en declaraciones de actos de habla, lo que lleva a pensar que en la elaboración del titular concurren técnicas de sintetización y de focalización peculiares. Por ello, en la enunciación de los titulares se percibe de manera explícita o implícita el discurso ajeno. Asimismo, a través de los enunciados de los titulares se refleja la posición ideológica tanto del locutor como la de los enunciadores a los que alude. Por esta razón, para Van Dijk (1983, p. 86), los titulares son la parte más importante del texto periodístico, puesto que, además de sintetizar el texto que encabezan, orientan en la interpretación del contenido. A veces, constituyen las únicas secuencias leídas por un gran número de lectores. Para Steel (1971, p. 15), el titular es la forma periodística por antonomasia. De cualquier forma, entre los rasgos peculiares de los titulares, destacan la representación gráfica por el mayor cuerpo de la tipografía y la discursiva. Además, puede decirse que el titular es un indicador anticipador simplificado del contenido temático del texto, que está sometido a estrategias discursivas específicas, puesto que responden a manifestaciones pragmáticas provenientes de factores que se proyectan en la enunciación. Y es en la enunciación donde, como señala Van Dijk (1980, p. 37), está presente el componente ideológico, que no solo reflejan conocimientos y creencias, sino también *opiniones y actitudes*. Así, la ideología es un instrumento, «para interpretar el mundo», por un lado, y «para actuar en el mundo», por otro. Puede decirse que en él subyace **el proceso cognitivo-ideológico** del hablante a través de las condiciones de producción social, los elementos de producción enunciativa y las estrategias argumentativas a las que recurre. Por ejemplo, en

(46) *Lucha a muerte en la izquierda española (Imparcial, 07/08/14),*

se presenta un titular de artículo, en el que de antemano «alguien dice algo» y se interpreta como que se vislumbra la zozobra en la que se mueve el grupo socio-político socialista al que se refiere mediante una estructura nominal y el procedimiento retórico metafórico e hiperbólico seleccionados.

El procedimiento del habla ajena en el discurso propio se emplea de manera constante en los enunciados que conforman los titulares de prensa. Además del locutor, hay muchas voces de interlocutores que resuenan en forma de enunciadores. Se trata de un componente

general del comportamiento humano en el proceso de narrar el mundo, por lo que puede considerarse como inherente al propio texto. Hay varios mecanismos para reflejar el discurso ajeno en el propio. A veces, ni siquiera se representa el enunciado ajeno, sino que simplemente se alude a él. En ocasiones, puede indicar una adhesión o un apoyo argumental del locutor con respecto al punto de vista expresado por el enunciador que pronunció el enunciado, pero en otras también se recurre a palabras ajenas para desmarcarse, disimular o rechazar un determinado mensaje.

No obstante, hay alguna diferencia entre el discurso reproducido que requiere una relación de semejanza entre la cadena verbal resultante de la enunciación primaria y el producto lingüístico de la enunciación secundaria, y el discurso referido, que no implica representatividad, sino que solo describe una acción realizada verbalmente. Aun así, para Maldonado (1991, p. 20), reproducir supone siempre referir, pero no al contrario. En cualquier caso, los titulares suelen reproducir el discurso ajeno y reflejar el discurso referido que opera a través de los **procedimientos de cita**, sobre todo los de cita directa o indirecta correspondientes a las declaraciones de los enunciadores, como:

(47a) *-Obama: "Fue una inspiración" / "Si no se reforma la Constitución se puede perder lo conseguido", ha manifestado F. González (El País, 06/12/13): El enunciador de la cita es Felipe González y el locutor, el periodista.*

b) *No hay alza de precios, afirma el ministro Serrano (Excelsior, 12/03/15).*

Por lo demás, hay una diferencia clara entre los textos informativos, que tratan de reflejar los hechos sin otro afán que de acercarlos al lector siguiendo criterios transparentes en la comunicación, y los de opinión, en los que se vierten ideas desde determinadas posiciones a las que se pretende defender con base argumentativa. Por esta razón, la argumentación es esencial en textos de opinión, sobre todo en los artículos como el editorial y el de fondo mediante la contraposición de ideas y la dialéctica.

Hay que fijarse también en el momento de la enunciación a través de los tiempos y modos verbales y las formas de enunciación mediante el recurso de la modalización con indicadores de adverbios o locuciones modales para conocer la relación del sujeto de la enunciación con

respecto a lo enunciado y a su interlocutor: aserción, apreciación, certeza, dubitación, suposición, etc. Así es distinto el adverbio de a) y el de b) en:

(48a) *Próximamente se inaugurará la expo fotográfica 'Mi Santiago'* (Sierra Maestra, 16/03/15): es un indicador temporal que no modaliza.

b) *Por fortuna salió ileso el conductor* (Quintana Roo, 25/11/14): la locución adverbial se convierte en un modalizador del enunciado.

Se trata de conocer quién habla (locutor), desde dónde habla, de qué habla, en qué momento y a quién habla (intérprete). Por lo demás, los enunciados de los titulares responden claramente a actos de habla²⁴, en términos de Austin (1982) y Searle (1994), donde se refleja no solo lo locutivo y lo ilocutivo, sino también el efecto perlocutivo. El periodista siempre trata de llamar la atención en todos los casos, pero el articulista pretende influir y persuadir al lector, por lo que la elección del léxico, la combinación gramatical, junto con las estrategias retóricas, se utilizan con una clara intención pragmático-discursiva. Para Nadal (2008, p. 179), el uso de **nominalizaciones deverbales** en los titulares periodísticos se explica por razones de tipo pragmático, cuyo contenido se relaciona con la ideología del locutor, además de la brevedad impuesta por el principio de economía lingüística. Además, Van Dijk (1999), considera que a través de los titulares se establece un control de las acciones. Y este control puede llevar a una clara manipulación del discurso periodístico, puesto que en el relato informativo, aplicable al titular periodístico, se combinan, por un lado, los hechos, identificados con la realidad, que es objetiva y comprobable, y, por otro, las ideas, asociadas a la subjetividad y a los valores. Esta idea de control puede aplicarse al léxico, al tratamiento temático, a las estructuras sintácticas y a la intención comunicativa en general. Basta con recordar el manejo que suele hacerse con la palabra polivalente “cultura”, que se ha desemantizado al perder el significado etimológico “cultivo del conocimiento” y pasar mediante manejo periodístico a servir de comodín con significados tan peculiares como “cultura democrática, cultura de vanguardia, de ocio, del pelotazo (referido a la corrupción económica y política)”, etc.

24 Por acto de habla se entiende la unidad básica de la comunicación lingüística con finalidad pragmática, al realizar una acción en forma de orden, petición, aserción, promesa, juramento, compromiso, etc. (Austin, 1982; Searle, 1994).

Es evidente que en muchas ocasiones hallamos afinidades en dos artículos pertenecientes al discurso periodístico y publicados en medios de comunicación distintos por escritores diferentes: el de *Un problema de diseño*, escrito por J. José Millás en *El País Semanal* 15/11/13 y el de *Dioses sangrientos*, escrito por Antonio Gala en *El Mundo* (27/11/13). En ellos se pone de manifiesto cómo el procedimiento retórico de la metáfora, común a ambos, contribuye a combinar la información y la opinión sobre el mismo tema, referido a la consideración de la mujer en algunos ámbitos árabes. Veámoslo:

(49) *Un problema de diseño*, de J.J. Millás

Las **jaulas** no se inventaron para los seres humanos. O sí, no seamos ingenuos. Pero, reconozcámoslo, viene a ser como si el ratón hubiera inventado el cepo o la mosca el insecticida. Una conquista inversa de la inteligencia, un hallazgo al revés. La fotografía de hoy nos provoca un malestar profundo. Estas trece chicas, la mitad de ellas menores de edad, han sido condenadas por un tribunal egipcio a once años de cárcel por parar el tráfico y soltar globos en una manifestación contra el golpe de Estado. En **realidad son catorce, pero una no ha salido en la foto**, debe de andar por ahí, mimetizada entre sus compañeras. Durante el juicio o simulacro, permanecieron entre esas rejas (tal como aparece en la fotografía) que abundan en los parques zoológicos de cuarta. **¿Por peligrosas? Quizá. Se les nota el peligro en la cara.** Introduces ahí el brazo y lo pierdes. Esto es lo que ha dado de sí, más bien de no, la primavera árabe. Pero a lo que íbamos es **al asunto de la jaula**. Por **una cuestión de dignidad y de estética**, este tipo de construcciones, pensadas para protegernos de los malos, deberían tener un **diseño distinto**, de forma que no se parecieran de ese modo a las de las fieras. Tantos siglos y tantas energías gastadas en alejarnos del orangután, tanto corte y confección, tanta escritura cuneiforme, tantos ritos funerarios, tantos dólmenes y tantos rascacielos, tanta corbata, tantos esfuerzos por caminar erguidos, y de repente, al colocar a nuestros semejantes detrás de esos barrotes, caemos en la condición animal de la que procedemos. Y **todo por un problema de diseño**.

(50) *Dioses sangrientos*, de A. Gala

Cuando intervienen en los gobiernos, las religiones se comportan con crueldad insólita. Se conoce que **el poder de los dioses, cuando se ejerce por humanos, tiene resultados atroces**. Quizá para justificar tal ejercicio se inventaron las religiones, que suplen, con su impulso espiritual, la carencia de otros armamentos. Ahí está Egipto, un país del que todos regresamos, dándonos una lección nada gozosa. **Los dioses, cuando actúan a través de los humanos, producen las más fúnebres consecuencias**. ¿No les basta con los desastres naturales? Entre los golpes y los cruelísimos castigos que arrasan de interminable sed de justicia a Egipto, ¿no conseguiremos nunca saciar esa sed con otro líquido que no sea la sangre? Los intermediarios entre los dioses y nosotros siempre son hombres destacados por una crueldad que a ellos los protege. Es inútil procurar que no existan partidos religiosos y reducir las ideas salvadoras a una esperanza póstuma que nos ayude a resistir la vida. ¿Cuándo un mesías hablará de alegres religiones pacíficas, de la hermandad en el desvalimiento, de la esperanza que se cumple aquí abajo? ¿Los mesías nunca serán pacíficos? **¿Por qué, al morir si son mortales, no exigen a sus dioses que cesen las matanzas?**

En ambos textos hay una clara correspondencia entre titulares y cuerpo desarrollado. En (49) Millás analiza con ironía, que implica crítica y denuncia, una fotografía en la que aparecen enjauladas 13 jóvenes condenadas por un tribunal egipcio como si se tratara de una obra de diseño -de ahí el título *Un problema de diseño*- y, para ello, recurre a procedimientos lingüístico-retóricos como la analogía, la interrogación retórico-dialéctica, la recurrencia discursiva o la ironía; y en (50) Gala utiliza la hipérbole contrastiva en el título *Dioses sangrientos* para explicar con crítica acerba la crueldad de las religiones en los gobiernos que rigen los humanos con un poder desmedido a modo de dioses, para lo cual se sirve de la sinonimia, la hipérbole, el contraste y la insistencia reforzada con preguntas incisivas, reflexivas y dialéctica.

6. Conclusión

Según hemos visto, los titulares del discurso periodístico mantienen una estrecha relación de coherencia lingüístico-pragmática con la noticia, por lo que funcionan no solo como anticipadores o meros identificadores, sino que también contribuyen a la interpretación del acontecimiento desarrollado. A través del titular se resume la esencia de nuestra información con mínimas palabras y se obtiene el conocimiento previo de la macroestructura semántica que lleva a la interpretación del texto y de la intención del articulista, que cumple al menos tres funciones: despertar interés, anticipar la información de la noticia y constituir la de una forma autónoma. Antes de leer un artículo, lo primero que hacemos es fijarnos en el titular, que deja traslucir los significados explícitos e implícitos o adicionales, como resultado de la fuerza ilocutiva proyectada por el locutor-periodista que ha de interpretar el lector-intérprete mediante un proceso cognitivo-inferencial. Además, en los enunciados de los titulares está presente la intertextualidad, como señala Bajtin (2002, p. 282), que nos ayuda a contextualizarlo y a reconocer la voz del locutor y de los enunciadores que interactúan.

Normalmente, el articulista trata de captar la atención, por un lado, y de orientar, por otro, a través de los titulares. Pero, aunque el discurso periodístico tiene como objetivo fundamental la transmisión de información, no hay duda de que se suele presentar de forma distinta según se trate de un género u otro: en la **noticia**, la presencia del locutor se oculta deliberadamente, mientras que en los artículos de opinión,

como la **crítica**, esta huella es explícita y constante. Tanto en los titulares como en el desarrollo de los artículos suelen combinarse la explicación, que no precisa de discrepancia²⁵, y la argumentación, que trata de probar una propuesta polémica. Casado (2008, p. 71) destaca el carácter argumentativo del discurso periodístico, porque para él «todo en la prensa tiene una función persuasiva». En realidad, las marcas lingüísticas de los titulares periodísticos están dirigidas a proyectar discursivamente la intención comunicativa del locutor hacia el alocutario (lector).

Referencias Bibliográficas

- Adam, J.M. (1990). *Éléments de Linguistique textuelle*, Liège: Mardaga.
- Alarcos Llorach, E. (1977). Lenguaje de los titulares. En F. Lázaro Carreter (Ed.), *Lenguaje en periodismo escrito* (pp. 125-147). Madrid: Fundación Juan March.
- Alcaide Lara, E. (2001). La impersonalidad en los medios de Comunicación. En Elena Méndez, Josefa M. Mendoza y Yolanda Congosto (Eds.), *Indagaciones sobre la lengua. Estudios de Filología y Lingüística Españolas en memoria de Emilio Alarcos* (pp. 289-322). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Alcoba, S. (1999). Titulación y relación de "causalidad" en el enunciado informativo de la lengua periodística. En J. Garrido Medina (Ed.), *La lengua y los medios de comunicación* (I, pp. 91-107). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Austin, J.L. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós.
- Bajtin, Mijail. M. (2002). *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Beacco, J.C. et Darot, M. (1984). *Analyses de discours. Lecture et expression*. Paris: Hachette / Larousse.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2001). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.

25 De forma más concreta, habría que decir que la razón sería la proposición a la que se recurre a favor de una idea; en cambio, el argumento lo constituye un conjunto de razones articuladas (premisas) con el objeto de probar y mantener una conclusión.

- Casado Velarde, M. (1978). *Lengua e ideología. Estudio de diario libre*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, Eunsa.
- _____. (2008). Estrategias discursivas en el lenguaje periodístico de hoy. En *Boletín Hispánico Helvético*, Vol. 12, 71-97.
- Cervera Rodríguez, A. (2013). *Los enunciados del español en el discurso oral y escrito*. Madrid: Ediciones del Orto / Clásicas.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Fonte, I. (2002). *La nación cubana y Estados Unidos. Un estudio del discurso periodístico (1906–1921)*. México: Colegio de México / UAM.
- García Novell, F. (1992). *Inventar el periódico*. Madrid: Ediciones La Torre.
- González Reyna, S. (2000). Periodismo y discurso. En A. Gimete (Comp.), *Ensayos semiótico* (pp. 71–78). México: Asociación Mexicana de Estudios Semióticos / Universidad de Puebla / Miguel Ángel Porrúa.
- _____. (2005). *Periodismo de opinión y discurso*. México: Trillas.
- Gutiérrez Ordóñez, S. (1997). *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios*. Madrid: Arco Libros.
- Gutiérrez Vidrio, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. En *Comunicación y sociedad*, 14, 169-198.
- Halliday, M.A.K. y Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. Londres: Longman.
- Hurtado González, S. (2009). Algunas peculiaridades de los titulares de actos de habla en la prensa española e hispanoamericana. *ZER*, 14(27), 189-202.
- Jorques Jiménez, D. (2007). *Discurso e información. Estructura de la prensa escrita*. Cádiz: Universidad de Cádiz.

- López Hidalgo, A. (2001). *El titular. Manual de titulación periodística*. Sevilla: Comunicación Social.
- Maingueneau, D. (1999). *Términos claves del análisis del discurso*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Maldonado, C. (1991). *Discurso directo e indirecto*. Madrid: Taurus.
- Nadal Palazón, J. (2008). Verdades a medias: la nominalización deverbal en los titulares periodísticos. *Comunicación y sociedad*, 9, 175-189.
- _____. (2009). *El discurso ajeno en los titulares de la prensa mexicana*. México: Universidad Autónoma de México.
- Perelman, C. y Olbrechts-Tyteca, L. (1994). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Reboul, O. (1986). *Lenguaje e ideología*. México: FCE.
- Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia. Nueva edición revisada y ampliada*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Eunsal.
- Santamaría Suárez, L. (1990). *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid: Paraninfo.
- Searle, J. (1994). *Actos de habla. Ensayo de filosofía del lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- Sosa, N. B. (2000). Estrategias retóricas en la construcción de la actualidad periodística. Análisis de la noticia de la prensa. En A. Gimete (Comp.), *Ensayos semióticos* (pp. 107–115). México: Asociación Mexicana de Estudios Semióticos/ Universidad de Puebla/ Miguel Ángel Porrúa.
- Steel, B. (1971). Los estilos funcionales y la enseñanza del idioma. *Español Actual*, 18, 9-18.
- Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna*. México: UAM–Xochimilco.
- Van Dijk, T. A. (1980). Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso. *Semiosis*, n° 5, 37-53.

- _____. (1983). Estructuras textuales de las noticias de prensa. *Anàlisi*, 7-8, 77-105.
- _____. (1990). *La noticia como discurso. Compresión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- _____. (1993). El Estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso. En K. B. Jensen y N.W. Jankowski (eds.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas* (pp. 135-148). Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- _____. (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.