

SIGNIFICADO Y MODALIDAD DEL ENUNCIADO EN TEXTOS TURÍSTICOS

M. BELÉN ALVARADO ORTEGA
GRUPO GRIALE. UNIVERSIDAD DE ALICANTE

María Belén Alvarado Ortega es Profesora Titular del Área de Lengua Española de la Universidad de Alicante. Ha trabajado como profesora visitante en la Universidad de Rutgers (EEUU), Cork (Irlanda), Roehampton (Reino Unido), París III (Francia), Viterbo (Italia) y Bruselas (Bélgica). Imparte “Español del Turismo” en el Máster de Español e Inglés para fines específicos que oferta el IULMA. Además, trabaja en el grupo de investigación GRIALE, que cuenta con numerosas publicaciones entre las que se encuentra Alvarado y Ruiz (eds.) (2013): *Irony and Humor: From Pragmatics to Discourse*. Amsterdam, John Benjamins.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es ofrecer una propuesta de estudio basada en la búsqueda de significado a través de la modalidad del enunciado que se manifiesta en un género concreto de las lenguas de especialidad, en los textos turísticos de *El País. El Viajero*, en los que el emisor pretende modificar a través de su mensaje la actitud del receptor. De ahí que analicemos en este trabajo fragmentos de nuestro corpus de 100 textos, para demostrar que se utilizan unos recursos lingüísticos comunes a todos ellos, entre los que se encuentran los evidenciales que, a su vez, muestran modalidad, puesto que la figura del emisor va a estar presente en todo momento en el enunciado, debido a la finalidad del texto, que es convencer al lector.

PALABRAS CLAVE: modalidad, evidenciales, español del turismo, pragmática

MEANING AND MODALITY OF THE UTTERANCE IN TOURISTIC TEXTS

The aim of this paper is to provide a proposal based on the meaning's study through modality in a particular genre specialized in Spanish for Tourism, *El País. El Viajero*. The writer tries to modify attitude of the receiver by his utterance. I will analyze texts from a corpus to demonstrate that linguistic resources are used to all of them, among others evidentiality, because the purpose of the text is to convince the reader.

KEY WORDS: modality, evidential, Spanish for tourism, pragmatics

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es ofrecer una propuesta de estudio basada en la modalidad del enunciado que se manifiesta en un género concreto de las lenguas de especialidad, en los textos turísticos de *El País. El Viajero*, en los que el emisor pretende modificar a través de su mensaje la actitud del receptor.

Para llegar a nuestro objetivo, seguiremos el siguiente esquema que comienza con una introducción a las lenguas de especialidad y, en concreto, al español del turismo (epígrafe 2). Continuaremos explicando qué entendemos por modalidad del enunciado y pasaremos al análisis de los recursos lingüísticos empleados por el emisor en los que se manifiesta dicha modalidad (epígrafe 3), a su vez, ilustraremos todo ello con ejemplos del corpus recopilado con los textos publicados en la página web de *El País. El Viajero* durante el año 2013. Y, por último, esbozaremos una serie de conclusiones sobre el estudio de este hecho pragmático en el español del turismo (epígrafe 4).

1. EL ESPAÑOL DEL TURISMO Y LOS GÉNEROS TEXTUALES

La lengua del turismo está incluida en lo que se denomina lengua de especialidad, es decir, una variedad funcional de la lengua empleada por los especialistas del sector, tanto para comunicarse entre ellos, como para dirigirse al público. En general, las lenguas de especialidad son fácilmente reconocibles porque, aunque se fundamentan en el lenguaje natural, poseen rasgos particulares en diferentes niveles de análisis, sobre todo, el léxico y el sintáctico-semántico⁵⁵. Estos rasgos propios y específicos se dan, sobre todo, en lenguas con un marcado carácter hermético como el lenguaje jurídico, que comparte rasgos en otros idiomas y favorece la labor traductológica, por ejemplo, en el caso de las expresiones latinas. Esta particularidad se obscurece en el español del turismo, ya que engloba distintos sectores y realidades que difícilmente se pueden clasificar y agrupar para establecer rasgos comunes. Por eso, la inclusión del español del turismo como lengua de especialidad es una cuestión reciente, ya que muchos investigadores se negaban a considerarla como tal por la presencia dominante de la lengua estándar y general. Sin embargo, los últimos estudios de este ámbito han demostrado que existe una serie de mecanismos, como las estrategias de manipulación de discurso y la creación de neologismos, que favorecen la presencia de un nuevo lenguaje de especialidad: el español del turismo (Calvi y Mapelli, 2011: 10).

Además, el español del turismo se manifiesta en diferentes géneros textuales que van desde las guías de viajes, reportajes y anuncios, hasta las páginas web, blogs y foros, es decir, hay una gran diversidad de textos, en los que el emisor puede ser un especialista en la materia, pero también un turista, y es ahí donde se incrementa su problemática, puesto que cada uno de ellos manifiesta una finalidad y unas características concretas en el texto que produce⁵⁶ y en los recursos que utiliza. Así pues, no presentan unos rasgos formales y convencionalizados, propios de los géneros textuales, y los estudios propuestos se deben basar en textos afines desde algún nivel de análisis particularizado.

Por tanto, en este trabajo, estudiamos español del turismo centrado en la temática de especialidad que poseen los textos analizados, en la modalidad que manifiestan y en la función lingüística principal que presentan. Es decir, analizaremos los textos a partir de su coherencia pragmática (Marimón, 2008: 81), dentro de un corpus concreto extraído del *El País. El Viajero*.

Los textos de *El País. El Viajero*, al igual que todos los géneros textuales turísticos, presentan un *continuum* entre el grado máximo de persuasión y mínimo de información, como ocurre, por ejemplo, en un anuncio publicitario, hasta el grado mínimo de persuasión y máximo de información, como sucede en una guía turística (Calvi y Mapelli,

⁵⁵ Sobre este tema se puede consultar Alcaraz Varó *et alii*. (2007) y Sanz Álava (2007: 93), que recopilan una serie de trabajos que realizan diferentes estudios sobre el español profesional como lengua de especialidad en distintos niveles y en distintos ámbitos de aplicación.

⁵⁶ La taxonomía completa de textos turísticos se encuentra en Mapelli y Piccioni (2011: 47), donde presentan una diversidad de géneros textuales del turismo, realizada a partir de patrones lingüísticos comunes. También Calvi (2010: 25) muestra los géneros discursivos de la lengua del turismo. Para ver una clasificación de tipos de texto en general, véase Adam (1992).

2011:37). En este caso, estamos ante itinerarios de viaje de carácter periodístico, que, en general, describen una lista de datos referentes a un viaje y proponen una serie de actividades para seguir, tal y como afirma Ares (2011: 133). El emisor de este tipo de textos es un especialista en la materia, posiblemente un periodista, por el medio de difusión en el que nos encontramos, especializado en viajes, que pretende orientar a su lector, no especializado en la materia, a elegir un determinado recorrido relacionado con sus vacaciones. La finalidad que persigue el emisor está asociada con la motivación comunicativa de todo enunciado, es decir, por qué se dice, y qué efectos puede producir en el receptor, esto es, para qué se dice, puesto que su intención es sugerir y convencer.

Nuestro corpus está compuesto por un total de 100 textos informatizados de *El País. El Viajero*, de 2013, que comprenden aproximadamente 125.000 palabras. Hemos seleccionado para este trabajo cuatro textos con los que ilustraremos los fenómenos pragmáticos que analizaremos en el español del turismo. La selección ha estado motivada por la variedad temática que presentan y la función lingüística predominante, que más adelante veremos en el epígrafe 3:

Texto 1: “10 hoteles españoles para el verano” (10/06/2013). El texto 1 es un texto predominantemente directivo o deóntico (Otaola 2006), dirigido a lectores que están pensando visitar hoteles con encanto en las costas españolas a un módico precio.

Texto 2: “El hombre de Módena” (31/05/2013). El texto 2 es un texto preeminentemente descriptivo, orientado a aquellos lectores interesados en la cocina de autor italiana.

Texto 3: “¡Vaya muralla!” (27/06/2013). El texto 3 es un texto expositivo y descriptivo, destinado a aquellos lectores a los que interesa conocer la historia de las fortificaciones mundiales más importantes.

Texto 4: “Huelva, la costa secreta” (12/07/2013). El texto 4 es un texto argumentativo, dirigido a los lectores que pretenden descubrir las múltiples posibilidades que ofrece la provincia de Huelva.

De estos cuatro textos, elegidos por las diferentes funciones que manifiestan y por los que recursos presentan, el texto 1 y el 4 son los más ricos para analizar desde el punto de vista lingüístico, ya que representan varias funciones: procedimental e informativa, directiva y argumentativa, que sirven para modificar la actitud del lector. Así, mediante estas funciones, el emisor desea sugerir al lector un itinerario específico y convencerle de algo relacionado con su viaje. Las funciones concretas de este tipo de textos turísticos son informar, aconsejar y dirigir, y como observamos, se trata de una gran variedad de finalidades, que responden a diferentes secuencias textuales: argumentativa, expositiva, descriptiva, etc. Por eso, en este trabajo, estudiaremos la modalidad que presentan (Otaola 2006), es decir, la manifestación del emisor ante el enunciado. A continuación, explicamos qué entendemos por este hecho lingüístico y pragmático (Ruiz Gurillo, 2006: 57).

2. LA MODALIDAD EN LOS TEXTOS TURÍSTICOS

El tema de la modalidad ha sido un aspecto tratado por numerosos investigadores y por diferentes campos de estudio como la lógica, la semántica, la psicología, etc. En nuestro caso nos interesa la modalidad como categoría semántica referida al campo de la lingüística y, concretamente, a la Teoría de la Enunciación (Alvarado 2010: 64). De ahí que explique, a continuación, cuáles son nuestros fundamentos teóricos.

2.1. LA MODALIDAD DISCURSIVA

La *modalidad discursiva*, según Otaola (1988: 99), es “la actitud del sujeto hablante ante el oyente y/o ante el contenido de la predicación emitida por él en el enunciado”. Por tanto, la modalidad se comprende como el modo lógico que revierte sobre la enunciación (locutor, oyente, enunciado). Así, existen dos tipos de modalidad: la modalidad de la enunciación y la modalidad del enunciado.

2.1.1. La modalidad de la enunciación

El primer tipo, la modalidad de la enunciación, expresa la actitud del hablante con respecto al oyente, mientras que la modalidad del enunciado muestra la actitud del hablante con respecto al enunciado. Si hacemos referencia a Otaola (2006), observamos que la modalidad de la enunciación implica una relación interpersonal propia de la interacción. Esta autora afirma que existen también tres tipos: declarativa, interrogativa e imperativa. Como consecuencia, estas modalidades se van a expresar lingüísticamente a través de aserciones, interrogaciones u órdenes. Otros autores manifiestan que existen otras modalidades secundarias, entre las que puede hablarse de la exclamativa, la dubitativa o la desiderativa (Conca *et alii*, 1998) e incluso de la estética. Estos tipos de modalidad de la enunciación están presentes en todas las formas lingüísticas. Veamos un ejemplo de las más destacadas en los textos de *El País. El Viajero*:

El ejemplo (1) es el inicio del texto dedicado a las murallas y barreras arquitectónicas que hay a lo largo del mundo:

(1) *Se crearon para dividir y, sobre todo, para defenderse, pero con el paso de tiempo se han convertido en lugares perfectos para pasear. Barreras, muros, grandes y pequeñas murallas que nos hablan de conflictos, guerras y fascinantes historias de todo tipo. (El País. El Viajero “¡Vaya muralla!”, 27/06/13)*

Si observamos (1), vemos que la modalidad del enunciado que aparece es la declarativa, ya que se enuncia un enunciado verdadero y real para el emisor. En ocasiones, estos enunciados declarativos pueden ir acompañados de expresiones que indican obligatoriedad, como vemos en (2), fragmento extraído del mismo texto:

(2) *Hay que ir entre septiembre y octubre, o entre abril y mayo, para disfrutar del mejor tiempo y evitar los festivos nacionales (primeras semanas de mayo y octubre). (El País. El Viajero “¡Vaya muralla!”, 27/06/13)*

En (2) aparece la perífrasis verbal de obligatoriedad “haber que + inf” que presenta la modalidad de la enunciación imperativa, para ordenar al lector las fechas concretas en las que debe viajar. En otros casos, la modalidad interrogativa aparece como recurso persuasivo que invita al lector a pensar, observemos el siguiente ejemplo extraído del texto “ 10 hoteles españoles para el verano”:

(3) Las demás habitaciones, decoradas en tonos marineros, tampoco se quedan cortas en vistas sobre el Mediterráneo o las estribaciones del Pirineo catalán. *¿Acaso nunca hemos soñado con la vida solitaria de los fareros?* (*El País. El Viajero “ 10 hoteles españoles para el verano”, 10/06/13*)

En (3) aparece la modalidad interrogativa que, normalmente, se utiliza para pedir información; sin embargo, en este ejemplo y, sobre todo, en estos tipos de textos, la interrogación, que como hemos dicho codifica lingüísticamente la modalidad interrogativa, adquiere otros valores y funciones, en este caso, funciona con un valor persuasivo que invita a la reflexión del lector, valor propio de las preguntas retóricas.

2.1.2. La modalidad del enunciado

Por otra parte, la modalidad del enunciado manifiesta la actitud del hablante ante el mensaje, es decir, muestra la manera en la que el hablante realiza su enunciado. De este modo, puede expresar una relación valorativa, matizar una aserción, etc. De ahí que tengamos diferentes tipos de modalidad del enunciado: las modalidades lógicas, y las modalidades apreciativas o subjetivas, que muestran la actitud del hablante. Las modalidades lógicas son aquellas que expresan el grado de certidumbre, probabilidad y posibilidad de lo que se enuncia. Por tanto, este tipo de modalidad se relaciona con la verdad del *dictum*. Según esta definición, hay tres clases de modalidad lógica que tienen su correspondencia en el plano lingüístico: la modalidad alética, la modalidad epistémica y la modalidad deóntica (Lyons [1977] 1989: 719, Otaola 2006: 171, Ruiz Gurillo, 2006: 64).

- La modalidad alética es aquella que indica la verdad o falsedad de un enunciado, lo necesario y lo posible.

- La modalidad epistémica es aquella que se vincula con el ámbito de la posibilidad de que un enunciado sea cierto, es decir, expresa certidumbre y el grado del compromiso del hablante con lo que dice.

- La modalidad deóntica es aquella que expresa la obligatoriedad de que se cumpla lo que el hablante dice.

Veamos un ejemplo de cada una de ellas en los textos analizados. En (4) tenemos un ejemplo del texto de los 10 hoteles españoles para el verano:

(4) Desde tierra, franqueado el arco oriental de la entrada, cuesta imaginarse un hotel tan metido en el mar como éste. Desde el agua, *imposible saber* si el hotel flota o se abalanza hacia el mar. No hay playa. Hay hotel. (*El País. El Viajero “ 10 hoteles españoles para el verano”, 10/06/13*)

En este ejemplo, se utiliza el adjetivo *imposible* como recurso lingüístico en el que se muestra modalidad alética. El emisor destaca una de las cualidades verdaderas que tiene el hotel, que está pegado al mar; sin embargo, no se está utilizando con su función

prototípica que tiene que ver con el ámbito de lo real, lo posible, sino, con un uso particularizado e irónico, ya que cualquier lector sabe que está ante una exageración del emisor y que se debe interpretar como que el hotel está pegado al mar pero no está flotando sobre él.

En (5) aparece un fragmento sobre Huelva y el Coto de Doñana:

(5) Resulta admirable la competencia ornitológica de Miguel Ángel Jiménez, guía de Doñana Nature, a la hora de vislumbrar águilas calzadas, abubillas, calamones... *quizá* lince. La finca Coto del Rey es otra de las zonas a visitar. (*El País. El Viajero* "Huelva, la costa secreta", 11/07/13)

En este fragmento aparece el adverbio *quizá* que está relacionado con el saber y con la cantidad de conocimiento que posee el emisor sobre el tema, y con el grado de certeza que manifiesta con respecto a lo que está diciendo, es decir, con la modalidad epistémica. En este caso, el emisor duda de que se puedan ver o no lince entre los animales que hay en Doñana, pero lo destaca como una de las cualidades del Coto.

En (6) seguimos analizando el texto de Huelva que, en esta ocurrencia, trata del tema gastronómico:

(6) En Huelva hay varias cosas que *deberían ser* pecado mortal. Una es no probar —con el típico carraspeo de garganta— el jamón ibérico de bellota (marcas: 5 Jotas o Jabujo de Ley). (*El País. El Viajero* "Huelva, la costa secreta", 11/07/13)

En este fragmento aparece la perífrasis de obligatoriedad "deber + inf" para ordenar que se cumpla lo que el hablante dice, porque expresa modalidad deóntica. Este recurso se ha utilizado en el fragmento como hipérbole (*pecado mortal*) para destacar las cualidades del jamón de Huelva. Este ejemplo también manifiesta modalidad subjetiva.

Así pues, las modalidades apreciativas o subjetivas son aquellas formas que manifiestan los juicios de valor del hablante, es decir, reflejan la actitud valorativa del hablante con respecto a lo enunciado, en escalas de juicios como lo útil, lo triste, el deseo, el temor, etc. Hay diversas formas lingüísticas que manifiestan la modalidad subjetiva, como sustantivos, adverbios, adjetivos, verbos... o, como ocurre en (6), a partir de una colocación (*pecado mortal*). Veamos en (7) un fragmento del texto de Huelva que habla sobre la zona de Moguer:

(7) Si nos gusta el mesón El Lobito (donde cada uno se prepara la tosta al gusto) *nos* gustará también la Bodeguita de los Raposo (donde las comandas se complimentan con formularios). Su licor de Viagra es una mistela de *secretos* ingredientes (y *dudosos efectos*). *Otra buena* idea es surtirse de pastelitos de Moguer en La Victoria y fotografiar las casas enrejadas de este *despampanante* conjunto histórico-artístico. (*El País. El Viajero* "Huelva, la costa secreta", 11/07/13)

Si observamos el ejemplo, vemos que está repleto de recursos que emplean modalidad subjetiva en donde el emisor se inscribe en su propio enunciado. En este caso, aparece su opinión de forma explícita a través del pronombre personal *nos* y adjetivos como *secreto*, *dudoso*, *buena* y *despampanante*. En todos estos casos, el autor pone de manifiesto su opinión sobre la zona que nos presenta y que debe visitar el lector. En este mismo texto

encontramos varios ejemplos con esas características lingüísticas, de los que destacamos los siguientes:

(8) El *mejor* momento es el atardecer —incluso bajo la luna— y el punto de destino puede ser la torre del Loro. Para apuntarse no es necesario tener experiencia. (El País. El Viajero “Huelva, la costa secreta”, 11/07/13)

(9) Una opción *interesante* es tomar el tren Alvia Madrid-Huelva, sin parada en Sevilla, y alquilar un coche en la estación onubense. (El País. El Viajero “Huelva, la costa secreta”, 11/07/13)

(10) Hay un momento *imborrable* en la costa onubense que lo cifra todo: el crepúsculo. (El País. El Viajero “Huelva, la costa secreta”, 11/07/13)

En estos fragmentos aparecen varios adjetivos calificativos en grado comparativo, *mejor*, y grado positivo, *interesante e imborrable*. De este modo, queda patente cuál es la opinión del autor sobre Huelva.

2.1.3. Recapitulación de ideas

En los textos de *El País. El Viajero* analizados observamos que aparecen numerosos recursos lingüísticos que manifiestan la modalidad del enunciado, tanto la modalidad lógica como la subjetiva, puesto que la finalidad de este tipo de textos es informar, sugerir y convencer de que lo que se está diciendo es verdad, como hemos visto en (4), (5) y (6), y la huella del emisor está presente en los fragmentos. Además, estos tipos de modalidad del enunciado están directamente relacionados, sobre todo, con la modalidad de la enunciación declarativa, como en (4) y (5), e imperativa, como en (6), ya que son itinerarios de viaje de carácter periodístico, cuyo emisor describe y argumenta a la vez que deja su huella en el enunciado, como en (8), (9) y (10), y sus lectores son seleccionados por la temática y el interés que presentan. Así, modalidad del enunciado y modalidad de la enunciación están estrechamente relacionadas.

2.2. LOS EVIDENCIALES COMO RECURSO MODALIZADOR EN LOS TEXTOS TURÍSTICOS

Entre todo el acervo de formas lingüísticas que pueden expresar la modalidad, encontramos la evidencialidad. La evidencialidad es un procedimiento que sirve para codificar lingüísticamente la modalidad (Alvarado 2010: 66). Esta categoría semántica está relacionada con los distintos modos con los que el hablante ha conseguido la información que expresa en su enunciado. Estos modos pueden ser directos, si el hablante consigue la información a través de sus sentidos o si describe sensaciones, o indirectos, si el hablante no tiene acceso de primera mano a la información. Los tipos de evidencialidad los resumimos en el siguiente cuadro tomado de Dendale y Tasmowski (2001: 343):

Tabla 1. Tipos de evidencialidad, tomado de Dendale y Tasmowski (2001: 343).

Tipos de evidencia	Directa	Atestiguada	Percibida por sentidos. Sensaciones
	Indirecta	Reproducida	De segunda o tercera mano. Del folclore
		Inferida	Como resultado o razonamiento

En la tabla 1, los autores proponen dos tipos de evidencia, directa o indirecta, según el modo en el que el hablante perciba la información. Estos tipos tendrán, a su vez, subclases de evidencia, que dependen de si la información ha sido recibida por los sentidos, si es de segunda o tercera mano o si es el resultado de un razonamiento. Al tiempo que sirven para mostrar la fuente de información, muestran el compromiso del hablante ante lo dicho. De esta manera, tenemos formas lingüísticas llamadas *evidenciales* que expresan el modo en el que se ha adquirido el conocimiento de lo enunciado y manifiestan los diferentes tipos de modalidad como:

- Evidenciales que expresan modalidad alética: *verdaderamente, no puede ser, parece que...*
- Evidenciales que expresan modalidad epistémica: *por supuesto, desde luego, ya te digo...*
- Evidenciales que expresan modalidad deóntica: *necesariamente, obligatoriamente...*

Con esta idea asumimos que hay valores evidenciales que están codificados en español para expresar diferentes tipos de modalidad (Otaola 1988: 108, Martín Zorraquino, 2001: 64, o Ruiz Gurillo, 2006: 73, entre otros), tal y como vamos a apreciar en los ejemplos analizados a continuación.

Observemos, por tanto, algunos ejemplos de nuestro corpus en los que aparecen evidenciales. En (11) continuamos con el texto de los rincones de Huelva, aunque ahora presenta el pueblo de Niebla y de su valor artístico:

(11) En el *mihrab* una cruz *parece* querer marcar el territorio cristiano. Dentro del castillo (visitable) tiene lugar el Festival de Teatro y Danza. (*El País. El Viajero "Huelva, la costa secreta"*, 11/07/13)

En este fragmento, *parece* indica un caso de evidencia indirecta inferida, ya que el emisor no tiene acceso directo al conocimiento de la situación descrita, pero puede inferir lo que ocurre a partir del contexto situacional. Se trata, por tanto, de un evidencial que expresa modalidad alética, que tiene que ver con lo necesario y lo posible. Es posible que la cruz esté marcando el territorio cristiano.

En (12) encontramos un ejemplo del texto de los 10 hoteles españoles para el verano:

!
!

(12) Las habitaciones respiran a maderas de Java y estampados tailandeses, as' como en los cuartos de ba—o los kimonos japoneses sustituyen a los albornoces mediterr—neos. *Por supuesto*, la cocina es de fusi—n asi—tica. (El Pa's. El Viajero, 10 hoteles espa—oles para el verano, 10/06/13)

En este ejemplo, el emisor utiliza *por supuesto* porque est— completamente seguro de su enunciado, *la cocina es de fusi—n asi—tica* por tanto, muestra certeza epistemol—gica. En este caso, se trata de una enumeraci—n de detalles asi—ticos y, como no iba a ser menos, la cocina tambi—n lo es; por tanto, es una evidencia directa, puesto que entendemos que dicha afirmaci—n se ha comprobado por su experiencia personal.

En (13) el chef de M—dena, Bottura, se encuentra en el mercado, observa los productos y habla del vinagre que lleva el mismo nombre de la ciudad:

(13) Bottura corre hacia un puesto y se hace con una botellita de vinagre denso y pegajoso. *Lleva 25 a—os fabricar 100 miligramos*. *Dice* mientras inclina el frasquito. El l'quido apenas se mueve. (El Pa's. El Viajero, El hombre de M—dena, 31/05/13)

En este fragmento, con las palabras de Bottura se infiere la necesidad de que el enunciado sea cierto, ya que es un experto cocinero del lugar el que est— manifestando esa opini—n. As' pues, el verbo *decir* tras la asercci—n *lleva 25 a—os fabricar 100 miligramos* sirve para que el receptor crea firmemente esas palabras, dadas por el chef. Por tanto, funciona como un evidencial de tipo indirecto y reproducido, que expresa modalidad de—ntica, es decir, la obligatoriedad de creer lo que est— diciendo, ya que reproduce con sus palabras lo que le ha dicho el chef. Los evidenciales de tipo indirecto con la evidencia reproducida tambi—n pueden manifestar modalidad epist—mica. Veamos el siguiente ejemplo del texto de Huelva que habla sobre el atardecer:

(14) Para presenciarlo *unos* recomiendan el faro de Matalasca—so la terraza del parador de Ayamonte, viendo c—mo cae el disco rojo junto al puente internacional. Visto que en verano cae el sol en tierra, o buscamos la punta de la Canaleta en Punta Umbr'ao acudimos al Club Mandala que ofrece atardeceres exclusivos sobre las arismas del Odiel. (El Pa's. El Viajero, Huelva, la costa secreta, 11/07/13)

En este ejemplo, la utilizaci—n de *unos* ayuda al emisor a mostrar cautela sobre la informaci—n que est— dando, ya que manifiesta que lo que va a decir no es un conocimiento directo de primera mano y atestiguado, sino que es un conocimiento

!
!

En (15) el adjetivo en grado superlativo *mejor* manifiesta la modalidad subjetiva, ya que el emisor muestra su actitud ante el enunciado. Seguidamente, observamos que aparece la perífrasis verbal *poder ser* que refleja la modalidad alética, porque tiene que ver con posibilidad de que el enunciado sea cierto. Se trata de un evidencial indirecto inferido, ya que no se tiene acceso directo a la verdad del enunciado. Por último, el emisor enuncia *no es necesario* que expresa modalidad deóntica, a través de un evidencial indirecto inferido, para mostrar su conocimiento sobre el tema. Así, en este fragmento aparecen varios tipos de modalidad del enunciado con distintos tipos de evidencia.

Por último, destacaremos los evidenciales de tipo directo atestiguado, que son muy comunes en este tipo de textos, ya que pretende convencernos de algo a través de su propia experiencia. Todos los evidenciales de este tipo encontrados en nuestros textos manifiestan o la modalidad epistémica, tal y como hemos visto en (12), o la modalidad subjetiva evaluativa, porque pretende mostrar la veracidad de lo enunciado o dar su opinión y valoración a partir de lo que ha percibido por sus sentidos, tal y como observamos en (16), fragmento extraído de los 10 hoteles españoles:

(16) Antes de irse a la cama, una excursión por el bar terraza sirve para entablar una *animada* conversación con Margarita, *está linda la mar*. (*El País. El Viajero "10 hoteles españoles para el verano"*, 10/06/13)

En (16) vemos cómo el emisor reproduce de forma directa las palabras que mantuvo con la dueña del hotel y califica su conversación con el adjetivo calificativo *animada*, para mostrar su punto de vista y desde su experiencia personal. Así, muestra al lector el trato familiar que mantuvo en dicho hotel para convencerlo de que vaya en sus vacaciones.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis de los fragmentos propuestos, según el tipo de modalidad que presentan, podemos extraer una serie de resultados sobre el uso de los recursos lingüísticos empleados en los textos turísticos y su relación con la modalidad, que recogemos en la tabla 2, en la que los números que aparecen entre paréntesis son los ejemplos que hemos recogido en este trabajo, y los porcentajes tienen que ver con los resultados del corpus total analizado:

Tabla 2. Modalidad y recursos lingüísticos analizados

ENUNCIACIÓN	Categorías	Tipos		Recursos lingüísticos, ocurrencias	Porcentajes ⁵⁷
	Modalidad de la enunciación	Declarativa		Aserciones (1)	70%
		Interrogativa		Preguntas directas (3)	10%
		Imperativa		Perífrasis verbales (2)	20%
	Modalidad del enunciado	Lógica	Alética	Adjetivos (4)	5%
			Epistémica	Adverbios (5)	15%
			Deóntica	Perífrasis verbales (6)	15%
		Subjetiva	Evaluativa	Adverbios, adjetivos, sustantivos (7), (8), (9), (10)	65%

Como podemos apreciar en la tabla 2, la enunciación en la lengua se manifiesta a través de la modalidad del enunciado, si pretende mostrar la actitud del emisor ante su mensaje, y a través de la modalidad de la enunciación, si expresa la actitud del hablante con respecto al oyente. Así pues, la huella del emisor queda patente a partir de estos dos modos de modalización y se materializa en los textos turísticos de *El País. El Viajero* por medio de diferentes recursos lingüísticos. Así, en la modalidad de la enunciación hemos encontrado mayoritariamente aserciones, en el 70% de los casos, puesto que las afirmaciones son el recurso más utilizado en este tipo de texto. En el otro extremo se encuentran las preguntas directas, con el 10% de las ocurrencias encontradas, porque la interacción con el lector se produce a modo de interrogaciones retóricas para que reflexione. Con el 20% restante, tenemos las perífrasis verbales de obligatoriedad, ya que el emisor pretende modificar el comportamiento de su lector.

Con respecto a la modalidad del enunciado encontramos recursos más variados, como adjetivos, adverbios, perífrasis verbales, sustantivos, etc., que manifiestan, de menor a mayor presencia: la modalidad alética, el 5% de los casos; la modalidad epistémica, el 15%; la modalidad deóntica, el 15%; y la modalidad subjetiva, el 65%, que es la que reproduce más fácilmente la huella del emisor en el discurso.

Todos estos recursos y muestras de modalidad se utilizan para sugerir y convencer al lector de que seleccione determinados itinerarios de viaje, es decir, sirven para influir en la toma de decisiones, función propia de este tipo de textos.

Además, hemos visto que uno de los recursos más utilizados en nuestro corpus son los evidenciales, tal y como vemos en la tabla 3, y que recopilamos a continuación:

⁵⁷ Los porcentajes que aparecen en esta tabla corresponden a los datos extraídos del análisis completo del corpus, es decir, de los 100 textos de *El País. El Viajero*.

Tabla 3. Evidenciales y modalidad.

TIPOS DE EVIDENCIA			MODALIDAD Y NÚMERO DE OCURRENCIAS
Tipos de evidencia	Directa	Atestiguada	Modalidad lógica epistémica (60) Modalidad subjetiva evaluativa (80)
	Indirecta	Reproducida	Modalidad lógica deóntica (65) Modalidad lógica epistémica (70)
		Inferida	Modalidad lógica alética (55) Modalidad lógica deóntica (75) Modalidad lógica epistémica (75) Modalidad subjetiva evaluativa (75)

Los tipos de evidencia se pueden manifestar a través de evidenciales lingüísticos y codifican la modalidad del enunciado vista anteriormente. Así, de los ejemplos analizados, destacamos que los tipos de evidencia directa e indirecta que utiliza el emisor son muy comunes en los itinerarios de viaje, ya que pretenden convencer al lector de algo, por eso es importante destacar que lo que se presenta en los textos del *El País. El Viajero* se ha experimentado de forma directa o indirecta. Este hecho explicaría el siguiente gráfico que muestra los porcentajes de aparición de evidenciales en nuestro corpus completo:

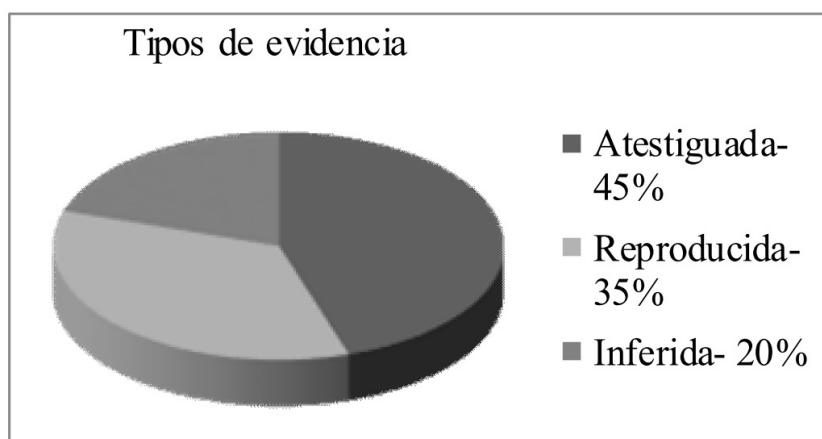


Gráfico 1. Porcentajes de evidenciales en el corpus.

Según el gráfico⁵⁸, podemos interpretar que los evidenciales que muestran la información de forma directa y atestiguada son los que mayor porcentaje presentan en el corpus, el 45% de los datos, ya que el emisor pretende mostrar que la importancia de su enunciado y la veracidad del mismo radica en su experiencia personal. De este modo, la información resulta más creíble para su lector. El segundo grupo de evidenciales que aparece con

⁵⁸ Los datos que se muestran sobre los evidenciales en el gráfico corresponden a los que se han extraído del corpus completo de 100 textos de *El País. El Viajero*.

mayor frecuencia en el corpus es el que muestra evidencia indirecta reproducida, el 35% de los datos. Esto se debe a que la fuente de su conocimiento se encuentra en terceras personas que han mostrado certeza en la información que se enuncia. Así sucede, por ejemplo, en el texto 2, en el que se muestra una entrevista narrada. Por último, con un 20%, aparecen los recursos que presentan evidencia indirecta inferida, porque el conocimiento se ha producido como resultado de un razonamiento, que es el procedimiento menos habitual para conseguir su finalidad, convencer al lector de que lo que está contando.

Por todo ello, podemos concluir este análisis afirmando que los textos de *El País. El Viajero* poseen un marcado carácter subjetivo, a través del uso de recursos lingüísticos diferentes, como los evidenciales, a pesar de que sus funciones lingüísticas predominantes (deóntica, expositiva, argumentativa...) sean distintas.

El trabajo que hemos presentado en este artículo abre futuras vías de investigación que están marcadas por el carácter del corpus recogido, ya que, por ejemplo, habría que analizar qué sucede cuando estamos ante textos de especialistas a especialistas o de turistas a turistas; y, por tanto, qué estrategias conversacionales y qué recursos emplearían, ya que seguramente serán diferentes porque la finalidad que presentan también lo es.

BIBLIOGRAFÍA

- Adam, J.M. (1992), *Les textes: Types et prototypes - Récit, description, argumentation et dialogue*. Paris: Nathan.
- Aikhenvald, A. Y. & Dixon, R.M.W. (eds.) (2003), *Studies in evidentiality*. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins.
- Alcaraz Varó, E. et alii (eds.) (2010), *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona: Ariel.
- Alvarado Ortega, M.B. (2010), *Las fórmulas rutinarias en el español actual*. Frankfurt: Peter Lang.
- Ares Ares, A. (2011), "La deixis y la modalización discursiva en los itinerarios de viaje periodísticos", en Calvi, M.V. & G. Mapelli (eds.), *La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología*. Bern: Peter Lang: 131-152.
- Bermúdez, F.G. (2005), *Evidencialidad. La codificación lingüística del punto de vista*. Estocolmo, Universidad de Estocolmo. (Tesis doctoral inédita).
- Calvi, M.V. & Chierichetti, L. (eds.) (2006), *Nuevas tendencias en el discurso de especialidad*. Bern: Peter Lang.

Calvi, M.V. (2010), "Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación", *Ibérica* 19: 9-32.

Calvi, M.V. & Mapelli, G. (eds.) (2011), *La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología*. Bern: Peter Lang.

Chafe, W. & Nichols, J. (eds.) (1986), *Evidentiality: The Linguistic Coding of Epistemology*. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation.

Dendale, P. & Tasmowski, L. (2001), "Introduction: evidentiality and related notions", *Journal of Pragmatics* 33, 3: 339-348.

Grande Alija, F.J. (2002), *Aproximación a las modalidades enunciativas*. León: Universidad de León.

Klinge, A. & Müller, H.H. (eds.) (2005), *Modality. Studies in Form and Function*. London: Equinox.

Mapelli, G. & Piccioni, S. (2011), "Taxonomía de los textos turísticos: factores lingüísticos y factores contextuales", en Calvi, M.V. & Mapelli, G. (eds.), *La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología*. Bern: Peter Lang: 47-73.

Marimón, C. (2008), *Teoría y práctica del análisis de textos en español*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante.

Nuyts, J. (2001), "Subjectivity as an evidential dimension in epistemic modal expressions". En *Journal of Pragmatics* 33, 3: 383-400.

Otaola Olano, C. (1988), "La modalidad (con especial referencia a la lengua española)". En *Revista de filología española*, 68:1/2: 97-117.

Otaola Olano, C. (2006), *Análisis lingüístico del discurso. La lingüística enunciativa*. Madrid: Ediciones académicas.

Ruiz Gurillo, L. (2006), *Hechos pragmáticos del español*. Alicante: Servicio de Publicaciones Universidad de Alicante.

Ruiz Gurillo, L. & Alvarado Ortega, M. B. (eds.), *Irony and Humor: From Pragmatics to Discourse*. Amsterdam: John Benjamins.

Sanz Álava, I. (2007), *El Español Profesional y Académico en el aula universitaria: El discurso oral y escrito*. Valencia: Tirant lo Blanch.

CORPUS

El País. El Viajero, "¡Vaya muralla!", 27/06/13. Disponible en la web:
http://elviajero.elpais.com/elviajero/2013/06/26/actualidad/1372255720_568952.html

El País. El Viajero, "Huelva, la costa secreta", 11/07/13. Disponible en la web:
http://elviajero.elpais.com/elviajero/2013/07/11/actualidad/1373540815_753742.html

El País. El Viajero, "10 hoteles españoles para el verano", 10/06/13. Disponible en la web:
http://elviajero.elpais.com/elviajero/2013/06/07/actualidad/1370609095_683487.html

El País. El Viajero, "El hombre de Módena", 31/05/13. Disponible en la web:
http://elviajero.elpais.com/elviajero/2013/05/30/actualidad/1369914495_780128.html