

How to cite this article:

VELLÓN LAHOZ, J, "El lenguaje periodístico: del 'nido de lenguajes' al 'giro lingüístico'",

Communication&Society/Comunicación y Sociedad, Vol. 26, n. 4, 2013, pp. 153-173.

El lenguaje periodístico: del 'nido de lenguajes' al 'giro lingüístico'

The Journalistic Language: from the 'Nest of Languages' to 'The Linguistic Turn'

JAVIER VELLÓN LAHOZ

vellon@fil.uji.es

Javier Vellón Lahoz. Profesor de Lengua española para comunicadores. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Universitat Jaume I. 12071 Castellón.

Recibido: 26 de abril de 2013

Aceptado: 27 de mayo de 2013

RESUMEN: El artículo plantea una caracterización del lenguaje periodístico a partir del estudio del concepto de 'nido de lenguajes', desde el nuevo paradigma del denominado 'giro lingüístico' y una metodología inductiva que da cuenta de la realidad de los medios en el mercado actual de la comunicación. En primer lugar, se presenta un examen del concepto de estándar alejado de la imagen tradicional centrada en la objetividad y en la neutralidad del estilo. En segundo lugar, se ocupa del registro coloquial, y se determinan las variables de uso así como sus objetivos dinamizadores del texto. Además, se tratan las implicaciones lingüísticas de los vínculos entre prensa y poder, tanto en lo referente a la burocratización del discurso informativo como a su singularidad metalingüística. Para acabar, se reformulan las relaciones entre literatura y periodismo desde el principio de

selección estilística en virtud de las necesidades expresivas para la representar la realidad desde el discurso.

Palabras clave: lenguaje periodístico, variedad estándar, registro coloquial, literatura y periodismo, el poder y la prensa.

ABSTRACT: The article raises a characterization of the journalistic language from the review of the notion of 'nest of languages', following the new paradigm of the called 'linguistic turn' and an inductive methodology that gives account of the reality of the means on the current market of communication. First, one presents an interpretation of the concept of standard which is far away from the traditional vision, focused on the objectivity and on the neutralization of the style. Secondly, it deals with the colloquial register, determining the variables of use as well as its revitalizing aims of the text. Later, one treats the linguistic implications of the relationship between press and power, regarding both the bureaucratization of the informative speech and its metalinguistic singularity. Finally, the links between literature and journalism are reformulated from the principle of stylistic selection depending on the expressive needs for the discursive representation of reality.

Key words: Journalistic language, standard variety, colloquial register, literature and journalism, the power and the press.

1. Introducción¹

El concepto de lenguaje periodístico como registro especializado ha sido objeto de numerosas aproximaciones descriptivas. Su caracterización como “nido de lenguajes” (Hernando, 1990, p. 44) ha constatado dos evidencias respecto a su tipología discursiva: -Por una parte, la dificultad de establecer parámetros delimitadores de su especificidad pues, como reconoce Hernando, “si hay un código lingüístico especial que permite hablar de lenguaje periodístico, tal código abarca tantos subcódigos que sólo con un rigor científico que se dé la mano con cierta licencia coloquial, puede hablarse, en forma unitaria, de lenguaje periodístico” (*Ibidem*), ya que, bajo dicho epígrafe se abre “una cobertura demasiado grande que aloja en su seno multitud de lenguajes especiales designadores de contenidos especiales” (p. 70).

Esa falta de homogeneidad, que contribuye a la vaguedad de sus fronteras como registro autónomo, “se debe a la propia naturaleza del periódico, que es un espacio de colaboración e inferencias con diferentes disciplinas en respuesta a la creciente complejidad de la realidad” (Hurtado, 2003, p. 13).

-En segundo lugar, Lázaro Carreter se adentró en los pormenores de esa permeabilidad del lenguaje periodístico a todo tipo de variables discursivas, y estableció que, junto al estilo estándar dominante, puede rastrearse la incidencia de elementos propios de otros registros, el literario, el jurídico-administrativo y el coloquial: “Estas tres fronteras delimitan un espacio en el cual, a mi juicio, debe moverse con holgura el idioma en los

¹ El artículo se inscribe en el proyecto de investigación El discurso divulgativo en catalán y en español: géneros, estilos y estrategias argumentativas en la gestión social del conocimiento (PI-IB2011-53).

periódicos” (1977, p. 10). Romero Gualda insiste en esta apreciación, y califica estas influencias como “contaminaciones limitadoras y conformadoras” (1993, p. 15).

La receptividad del lenguaje periodístico a incorporar formas de otros lenguajes técnicos hasta convertirlos en mecanismos propios de su expresividad, ha sido el argumento desarrollado por los estudiosos del tema, con lo que se ha venido a aceptar la imposibilidad de detallar los rasgos de un registro considerado como no marcado frente a la nitidez descriptiva de los mecanismos de otros modelos discursivos.

Frente a ello, Chillón ha promovido un nuevo paradigma para enfocar el análisis del estilo periodístico en el conjunto de una teoría alternativa de la comunicación. Al aplicar el denominado “giro lingüístico” al campo concreto del periodismo, reclama “abandonar para siempre el apelativo ‘estilo periodístico’ [...] y sustituirlo por una panoplia de denominaciones, aptas para aludir con precisión a las diversas maneras expresivas de la comunicación periodística realmente existente” (2001, p. 42, n. 44).

En su lugar, el autor propone una metodología capaz de afrontar la tipificación del lenguaje periodístico, con un carácter inductivo, que no obvie el estudio “micro, analítico y descriptivo a la vez” (p. 43) de los rasgos expresivos que conforman los diversos estilos de la comunicación periodística.

Esta metodología –asumida aquí– ha de constatar el hecho de que no existe un concepto único de lenguaje periodístico, sino diversos estilos, que interactúan con los géneros y subgéneros del periodismo y, por otro lado, con las “singulares lógicas de autor” (p. 42, n. 44).

Desde este planteamiento, es necesario constatar las dificultades planteadas por un concepto reduccionista de la idea de lenguaje periodístico a partir de la complejidad de las dinámicas generadas en la labor de los medios de comunicación:

-El concepto de los *mass-media* como instituciones formativas de hábitos de conducta, que contribuyen a la construcción de identidades sociales está muy arraigada, tanto entre los analistas del fenómeno comunicativo (“una tarea que informe y contribuya a la justicia, a la verdad, a la convivencia en el seno de una comunidad que, lejos de ser combatiente y épica, intente conducir a los ciudadanos por caminos razonables”, Santamaría, 1990, p. 12), como entre los profesionales, tal como recogen los manuales de estilo en el capítulo dedicado a los valores corporativos (donde se mencionan lugares comunes: objetividad, rigor, naturalidad, etc.).

Sin embargo, este manifiesto de voluntades –con sus consecuencias en el orden lingüístico– ha de buscar la compatibilidad con la lógica empresarial, económica e ideológica del medio, lo que condiciona el uso de todo tipo de estrategias –entre ellas las verbales, como reflejo de la epicidad, del estilo hiperbólico, de la rutinas informativas– para llegar al lector, entrar en la competencia de mercado frente a otras cabeceras o dirigir el sentido evaluativo de la noticia.

-En la sociedad actual de la información, con la presencia efectiva de los medios en el devenir de la vida comunitaria, estos constituyen un discurso nudo, entre un límite superior ocupado por el saber especializado, y un nivel inferior, el de su finalidad divulgativa. Ese “carácter catalizador” (Alvar Ezquerro, 1999, p. 128) del periodismo le confiere un papel preponderante no solo en la difusión masiva de las disciplinas artísticas, científicas, etc., y sus códigos especializados, sino en su consideración como experiencias asumidas en la cotidianidad del ciudadano y, por ello, integrado en su competencia lingüística.

2. 2. *El imperativo del estándar*

El concepto de estándar siempre ha estado asociado al de lenguaje periodístico, de manera que se ha aceptado sin más que es la variedad de base sobre la que se debe desarrollar su caracterización.

En torno a esta idea, sin embargo, se han acumulado planteamientos heterogéneos, etiquetados bajo el epígrafe siempre rotundo de estándar, que han contribuido a clarificar el proceso descriptivo del discurso periodístico, cuando no han significado una simplificación de sus posibilidades descriptivas.

En primer lugar, los vínculos entre estándar y medios de comunicación se han relacionado con su funcionalidad social: dada su condición privilegiada como agentes lingüísticos de amplio alcance, por su difusión y raigambre en el tejido social, una de sus contribuciones a la cohesión identitaria de una comunidad es favorecer la vertiente pública de la variedad estándar, así como su influencia en la solidez y arraigo de su imagen en la comunidad de hablantes.

Desde esta perspectiva, se ha incidido mucho en el compromiso del periodista en esta tarea social y, por ello, en su contribución “a mantener el equilibrio para que no se olvide la importancia de la unidad de la lengua dentro de la comunidad hispanohablante” (Castillo, 2005, p. 13).

Así pues, el estándar, como variedad supradialectal, posee, en esta interpretación, un valor identitario, no ajeno a la dimensión económica y política, como garantía y exponente de la unidad idiomática que, en el caso del castellano, afecta al marco global del área hispanohablante.

Gómez Font (2005) recoge la opinión de autores como Lázaro Carreter o Luis M^a Anson a lo largo de la historia del *Manual de Español Urgente* de la Agencia EFE, así como la de otros nombres ilustres implicados en la elaboración de libros de estilo de medios impresos y audiovisuales, sin olvidar la de los participantes del proyecto Zacatecas en 1996. A través de sus palabras puede seguirse la línea argumental aquí expuesta, en la que el estándar representa una garantía de unidad en la comunidad hispana, lo que impone una serie de fronteras lingüísticas y estilísticas que el discurso periodístico no debe sobrepasar, investido en el papel de agente privilegiado de la norma de uso igualitaria.

Tras esta actitud, late la voluntad, comentada por Anson, de “conseguir una neutralización del estilo” (Gómez Font, p. 57), pues ello favorece su vocación mayoritaria, capaz de aglutinar las diversas sensibilidades y variedades lingüísticas, tanto en el terreno dialectal como funcional.

Esta primera vertiente del estándar limita las posibilidades expresivas del lenguaje periodístico al convertirlo en exponente del proceso codificador y de su extensión, fase necesaria de la estandarización dirigida, e insistir más en su consideración social que en su dimensión como discurso comunicativo en las sociedades avanzadas.

Más aún, desde la fijación de su funcionalidad neutralizadora, se ha generado un imperativo en torno al estándar, convertido en variante denotativa, aséptica, referencial, opuesta a discursos con mayor potencial estilístico de la lengua. El paso siguiente, en esta filiación caracteriológica, lleva a identificar estándar y objetividad, con toda la carga ideológica que ello comporta.

El llamado “estilo estándar culto” (Hernando, 1994, p. 150) representa el enfoque normativo en la descripción del lenguaje periodístico, propio de un concepto orientado por la preeminencia de las definiciones comentadas – estándar/neutralización/objetividad– cuyo fin es determinar una tipología centrada en el

grado cero de expresividad subjetiva como exponente del marco adecuado para la información.

Este postulado resulta reduccionista y alejado de las necesidades comunicativas de la prensa actual, obligada a competir con otros medios –radio, televisión, Internet–, en la búsqueda de un modelo de audiencia que justifique su lugar en el mercado de la comunicación.

En el enfoque de una ideología del estándar, según los términos descritos, prevalece una visión sociolingüística de manual, y se ignora la realidad de los cambios experimentados desde finales del siglo XX en el panorama de los medios de comunicación y las nuevas exigencias a las que debe dar respuesta el periodismo escrito: -En primer lugar, la necesidad de nutrir la finalidad informativa con otras modalidades discursivas que contribuyan a que la noticia se abra a estrategias interpretativas, analíticas e, incluso, pedagógicas.

-Ello ha favorecido la extensión de los géneros informativos tradicionales, con formatos híbridos en los que la valoración, el comentario, las alusiones e implicaturas, se amalgaman en el texto con la narración de acontecimientos, y dan lugar a esquemas renovados en los que la variedad estilística resulta determinante.

-La creatividad, el componente emocional, la vocación por la espectacularidad del impacto –visual y verbal–, la integración de códigos, son factores comunicativos del discurso periodístico contemporáneo, que se intentan compatibilizar con valores tradicionales asociados a la labor informativa como el de la credibilidad.

-En cuanto a la objetividad, reivindicación del código deontológico profesional con evidentes derivaciones en la práctica textual y, sobre todo, en la funcionalidad del estándar, en la actualidad ha pasado a convertirse en una ideología vertebradora de discursos sociales basados en la ilusión referencial como mecanismo de autolegitimación. Tal principio solo puede definirse desde el dominio de las decisiones programáticas, cuyo fin es consolidar un discurso de poder –el de los medios– en el conjunto del mercado social de la comunicación. La objetividad es, en este sentido, un modelo estilístico –“retórica objetivadora” la denominó Rodríguez Borges (1998, p. 2)–, esto es, una estrategia encaminada a mostrar el resultado final de la textualidad en la noticia como un ejercicio de imparcialidad, en el que se pretende patentizar la preeminencia del hecho y la ausencia del autor.

Por otra parte, la objetividad es un valor funcional asociado a las rutinas periodísticas a la hora de trasladar la realidad a una práctica textual, que termina por generar lo que Rodrigo Alsina denomina el “efecto de abstracción e irrealidad” (1993, p. 169).

Estos condicionantes configuran un lenguaje periodístico cuya tipificación no puede limitarse a la fórmula de un estándar, como sinónimo de asepsia comunicativa, sino que debe presentarse como un formato abierto capaz de integrar todo tipo de estrategias para construir un producto informativo que, a la vez, resulte competitivo y se adecue a las expectativas del receptor del siglo XXI.

Veamos un ejemplo en el tratamiento de la noticia aparecida en *El Mundo* (19-10-09), centrada en la actividad de un líder político, Joan Puigcercós.

Si bien el texto sigue la estructura clásica de la pirámide invertida –desde la actualidad a cuestiones que le atañen de manera directa o indirecta–, el orden informativo se subordina a la reproducción textual del sentido metafórico-político del acontecimiento: el líder de ERC ascendió al Puigmal para reivindicar sus postulados nacionalistas y trazó un símil –con notables connotaciones simbólicas en el imaginario social catalán– entre su actividad y el ideario político que defiende, basado en la independencia de su tierra.

El texto de *El Mundo* se desarrolla a partir de dicho esquema figurativo, y reproduce citas fáciles de reconocer –“Dicen que paso a paso se hace camino”– desde una perspectiva irónica que fija la posición del medio frente al acontecimiento y su transcendencia: “Joan Puigercós parece aspirar a las alturas [...]; acto de montañismo dominguero [...]; las proclamas de Puigercós tuvieron una respuesta a nivel de mar [...]; Puigercós con la estelada a cuestras”, etc.

Formas coloquiales, incursiones en el ámbito de lo metafórico, recursos irónicos, contrastes paradójicos, fraseología, citas literales de la lengua hablada, enriquecen la expresión de la noticia hasta dotarla de un potencial comunicativo que excede de la simple relación entre estándar e discurso informativo.

3. *Las formas coloquiales: el estilo dialógico*

El lenguaje periodístico comparte con otros discursos sociales, como el publicitario, la necesidad de hacer compatible la correcta recepción de los contenidos informativos, su grado de inteligibilidad, con procedimientos tendentes a lograr la adhesión emotiva del destinatario, su implicación a través de mecanismos que favorezcan la imagen de discurso actual arraigado en la experiencia lingüística, cognitiva y de valores de su interlocutor.

Si la primera de las funciones, la informativa, viene garantizada por el potencial comunicativo de la variedad estándar, como forma arbitraria de prestigio, marco adecuado para la linealidad narrativa en la textualización del acontecimiento, la segunda, la que afecta al componente volitivo, corresponde a los recursos propios de discursos alternativos, próximos a situaciones comunicativas más informales y cercanas a la experiencia cotidiana del hablante.

La presencia de rasgos coloquiales en el lenguaje periodístico ha sido analizada a partir de ejemplos de tales usos en la prensa, sobre todo en el ámbito del léxico, aunque algunos autores (Prestigiaco, 2008) se han aventurado a proponer la existencia de estructuras sintácticas –más bien de índole pragmático– como expresión del “principio de comodidad” (Vigara, 2005, p. 192) y su reflejo en la tendencia a la economía constructiva.

Aunque se admita la utilidad caracteriológica de dichos planteamientos, hay que establecer una línea interpretativa que, por una parte, se ajuste a lo que representa el registro coloquial como estrategia de comunicación periodística y, por otra, sitúe tales mecanismos en el contexto general de la función informativa en su vertiente sociocomunicativa.

Para ello, conviene fijar dos cuestiones previas:

-En lugar de hablar de la reproducción de formas coloquiales en el texto periodístico, resulta más ajustado insertar dichos usos en el marco general del estilo dialógico, en la línea bajtiniana (sin olvidar la aportación de Grice en el entorno conversacional), en la que el enunciado se construye a través de la cooperación con el receptor, convertido así en coautor del sentido último del texto. En el caso del lenguaje periodístico, la presencia de manifestaciones coloquiales ha de contextualizarse en el paradigma de la “oralidad secundaria” (Ong, 1987, p. 20), en el que oralidad y escritura constituyen un *continuum* en la cultura contemporánea de la imagen y de las formas audiovisuales, ante todo en el terreno de los medios de comunicación. Baste como ejemplo de la oralidad escenificada el de los informativos televisivos, con la presencia del *teleprompter*, o, desde el otro

extremo, las formas conversacionales presentes en la prensa escrita, como veremos en estas páginas.

-En segundo término, hay que desechar, como en el caso del estándar, posturas globales que, en su tendencia generalizadora, se alejan de la complejidad del registro periodístico, pues, como se detallará, la selección del estilo coloquial obedece a una serie de variables discursivas que reflejan la heterogeneidad de las modalidades informativas y de los géneros en la práctica periodística.

Así pues, y sin salir de los modelos informativos, la presencia de mecanismos coloquiales en la prensa puede vincularse con una serie de factores que determinan su uso en las rutinas de escritura periodística.

-Una primera variable se relaciona con el género periodístico. En un extremo se sitúan la columna y los artículos de opinión, en general, en los que las manifestaciones de lo que ha venido en llamarse "escritura del habla", responden a una opción estilística que, entre otras funciones, "refuerza la proximidad de la relación entre los interlocutores" (Mancera, 2008, p. 478). La presencia de rasgos coloquiales, en este caso, forma parte del contrato comunicativo por el que se rigen dichos textos, mucho más libres en su potencial estilístico al no ceñirse por necesidad a una función informativa.

En el lado opuesto, aparecen los géneros tradicionales informativos y los de opinión más institucionalizados –el editorial–, en los que la presencia de formas conversacionales es anecdótica y supeditada a la finalidad informativo-valorativa en su modalidad más expositiva. En este caso, la convención discursiva ha generado unas expectativas en la competencia del lector que no contempla la presencia de estrategias alejadas del marco expresivo del estándar.

Entre ambas tipologías, el periodismo actual utiliza una gran variedad de formatos genéricos, donde la inclusión de fórmulas coloquiales, e incluso de recursos pertenecientes al ámbito de las jergas, resulta compatible con las necesidades comunicativas asumidas por el receptor, y responde a planteamientos muy diversos, cuyo común denominador es, como ya se apuntó, el propio estilo de escritura, entendido en su vertiente sociolingüística –aplicada al diseño de audiencias–, como "el modo de convencer utilizando el lenguaje como expresión de identidad compartida con la audiencia" (Bell, 1984, p. 193).

-La sección periodística es otra de las variables que influyen en la presencia de rasgos coloquiales. Estos son más frecuentes en las páginas dedicadas a Sociedad, Cultura, Espectáculos, Deportes, entre otras razones, porque la dimensión informativa en tales materias viene enmarcada, en muchos casos, en esquemas genéricos que favorecen una expresión más personalizada y libre por parte del redactor. Sin duda, el cálculo del destinatario potencial de estas secciones es decisivo en este planteamiento discursivo.

Veamos el ejemplo de la noticia-reportaje aparecida en *El País* (9-09-09), en la sección *Vida & Arte*, en la que el crítico musical del periódico, Diego A. Manrique, informa sobre la inminente publicación de grabaciones remasterizadas de The Beatles.

La linealidad expositiva del contenido informativo en torno a uno de los eventos musicales del año, organizada según los parámetros clásicos de la pirámide invertida, se ve sacudida por marcas de indudable origen coloquial, que aportan un componente de espontaneidad capaz de convertir el relato del autor en un acto ilocutivo de formato conversacional: "Ver para creer [...]. La pregunta del millón: ¿se nota la diferencia? Sí, bastante [...]. Aunque, atención [...] los pardillos de Liverpool [...]. Todo es más nítido, inquietantemente diferente [...]; más allá del masaje emocional que supone [...]; se agradece que hayan dejado atrás sus miserias".

-Relacionada con la anterior actúa la variable del tema tratado. Si bien es cierto que la supuesta gravedad del contenido, su grado de especialización, su trascendencia para la vida cotidiana del lector (política, ciencia, economía), su prestigio en la tradición del propio discurso periodístico, determinan el estilo lingüístico dominante, conviene no olvidar la funcionalidad divulgativa del texto periodístico, su voluntad formativa y su deseo de acceder a todo tipo de destinatarios.

Ello explica la presencia de la idiomática, a través de sus recursos más diversos, en noticias y reportajes de máxima exigencia para el receptor, como es el caso de las vinculadas con la economía, una de las secciones que ha sufrido una mayor transformación en las últimas décadas para dar cumplida respuesta al denominado ‘capitalismo popular’: la implicación de los pequeños inversores en el terreno de las finanzas, a través de la bolsa, con todo lo que ello comporta en cuanto a las necesidades informativas.

Un buen ejemplo lo ofrecen dos periódicos, *El País* y *ABC*, ambos del 13-02-10, en una noticia de notable calado macroeconómico, que sintetiza el titular del diario de PRISA: “El parón de la economía alemana frena la recuperación europea”.

Este periódico presenta a sus lectores una completa información salpicada de expresiones que favorecen no solo la comprensión de los hechos, sino la proximidad respecto a la experiencia del receptor a través de fórmulas como: “El horizonte [...] volvió a nublarse [...]; el panorama se ve más oscurecido [...] brusco frenazo [...]; el tramo final del año ha puesto en solfa las expectativas sonrosadas [...]; resultó chocante [...]; un responsable [...] hacía luz en la oscuridad [...]; Alemania sólo pasa por un bache”.

ABC sigue la misma estrategia, ya desde el titular (“La economía alemana frena en seco”), lo que demuestra la tendencia a hacer comprensible y próximo lo que constituye una información que podría ser difícil de interpretar dado su alto grado de especialización: “echó ayer un jarro de agua fría [...]; lo que supone un batacazo [...]; la popularmente conocida ‘locomotora europea’ [...]; los malos datos suponen un frenazo [...]; dudas sobre la salud de la economía”.

-La subjetividad es un condicionante, vinculado con el género periodístico, pero también con el grado de valoración por parte del redactor en formatos de índole informativa, sin abandonar este marco superestructural por otro dedicado a la opinión.

En este caso, el uso de expresiones estereotipadas propias de la lengua hablada, enlaces coloquiales, nexos verificativos, mecanismos lexicalizados, neologismos forzados, persiguen la adhesión emotiva del receptor, su complicidad en la vertiente interpretativa que adopta la información, ajustada a la línea editorial del medio que, en este caso, actúa como marco ideológico conocido por el destinatario.

Es frecuente utilizar los recursos tipográficos de la cursiva y el entrecorrido –aunque no siempre–, a partir de las directrices marcadas por los libros de estilo, con el fin de establecer un canal expresivo en el que se señala la diferencia entre registros lingüísticos, con sus funciones derivadas en interacción: estándar-información/coloquialismos-valoración.

En *La Razón* (28-03-10) se habla de que “El ‘plantón’ de los partidos fuerza al Gobierno a aplazar su plan anticrisis”. Más sugestivo en su dimensión coloquial resulta la noticia-reportaje de *ABC* (21-06-08) sobre el XVI Congreso del PP en Valencia.

Comienza con un titular de impacto: “Un ‘marciano’ en la corte del PP”. El subtítulo lanza una pregunta –“¿A qué se parece el congreso de un partido político?”– que se contesta al comienzo del primer párrafo del cuerpo: “Para aprender”.

A partir de ahí, se suceden los guiños coloquiales de todo tipo: expresiones conclusivas (“¡Toma ya!”), comparaciones valorativas (“se asemejaba a un bodorrio”, “aquello parecía el Tour de Francia”), frases hechas (“el gremio de los informadores andaba mosqueadillo”, “los reporteros son de gatillo fácil”).

Más ilustrativo resulta el ejemplo de *El País* (24-06-09), en cuanto que se refiere a la noticia del testimonio de un testigo clave de la trama ‘Gürtel’, una información que el diario capitalizó durante varias semanas: “El sastrero José Tomás ya ha demostrado que no da puntada sin hilo [...]; su juicio por despido fue un desastre para su *despedidor* [...]; fue la jugarreta magistral de un *viejo zorro* [...]; fue su *mano derecha* [...]; en un conflicto entre el amigo y el trabajo, mejor [...] salir por la tangente [...]; Hinojosa reconoció a regañadientes [...]”.

-El tipo de periódico. La variable sociológica, vinculada con el mercado y con el tipo de audiencias, es relevante en este tema pues, como señala Cutillas “el lenguaje de los medios de comunicación está influido por su audiencia potencial” (Cutillas, 2003).

La prensa británica, por citar el caso más ilustrativo, es mucho más heterogénea, en cuanto al lector modelo, que, por ejemplo, la española. Suele clasificarse a partir de sus diferentes órbitas de mercado, con sus implicaciones en todos los órdenes discursivos, incluso el lingüístico. Jucker (1992, p. 48) plantea una tipología basada en el nivel socioeconómico de los destinatarios potenciales del medio y, así, distingue entre los pertenecientes al *up-market* –lo que se conoce como de *tipo sábana*–, y los tabloides, que, a su vez, se dividen en las categorías de *mid-market* –a medio camino entre la prensa de calidad y la populista– y de *down-market*, de carácter sensacionalista y con vocación masiva.

En un completo estudio, González demuestra que en el relato informativo, mientras los primeros están más cercanos “al polo escrito de la variable contextual de registro medio”, la prensa tabloide se aproxima “al polo hablado”, (González, 2003, pp. 67-68) lo que se observa ya no solo en el estilo lingüístico general, sino también en los mecanismos microestructurales de orden morfosintáctico y léxico-semántico.

La prensa española convencional no presenta una estratificación de mercado tan evidente. En general, el discurso periodístico se orienta hacia lo que se identifica como la ‘prensa de calidad’, ajustada a un modelo asentado a lo largo de la historia y que ha tenido contadas excepciones.

Ahora bien, en los últimos años ha irrumpido en el dominio de los medios escritos el fenómeno de los periódicos gratuitos, cuya difusión y alcance social los convierten en un formato proclive a una modalidad lingüística más directa, ajustada a la necesaria economía expresiva dadas sus limitaciones, y con informaciones de interés inmediato para un lector potencial mucho más heterogéneo y con expectativas diferentes al de la prensa tradicional.

El nuevo marco comunicativo de estos medios impresos favorece el uso de un lenguaje más próximo a las vivencias de un receptor amplio, con variadas inquietudes, diversos grados de formación e, incluso, con escasa competencia en la lectura de prensa. Las formas coloquiales irrumpen así en el texto, no solo en el léxico, sino también en el esquematismo de las formas dialógicas y hasta en el modo de dirigirse a los lectores.

Veamos la portada del diario *Qué* (17-02-10), en la que se anuncia la noticia-reportaje más relevante de la jornada.

Titular: Hasta el vino se hace ‘light’

Subtitular: ¡Y se vende en lata!

Destacado: Los alimentos sin calorías han llegado también a la dieta ¡para mascotas!

Cuerpo: Desde la mantequilla 'sin' al queso o al chocolate. Cuando creíamos haber alcanzado el último escalón, ayer se presentó un vino sin calorías... La moda de los productos 'light' arrasa en el 'súper'.

Llamada: ¿Compras este tipo de productos o no te fías? Opina en...

-El discurso reportado. La cita textual es otra de las vías privilegiadas para la incorporación de la lengua hablada, en su variante más coloquial.

En su uso más habitual, la norma de homogeneidad del texto informativo establece que cualquier manifestación oral de los protagonistas de la noticia, bien sea a requerimiento del redactor o por iniciativa del interesado, se acomode a la forma del estándar, se regularicen las expresiones, se ajuste la sintaxis y se estilice cualquier tendencia propia de la oralidad no programada.

Por ello, la posibilidad de mantener la imagen coloquial de las citas obedece a estrategias discursivas en las que el contraste entre la voz del narrador, con el dominio de la variedad estándar, y la de las formas reportadas, caracterizadas por su mimesis de la oralidad, potencia el efecto de diálogo entre los códigos concurrentes, la apuesta por el dinamismo creativo de la información, así como la vitalidad de un mensaje construido sobre la fidelidad a lo real.

Una de las aportaciones de la literalidad coloquial al relato informativo es la de favorecer la apelación a lo que los medios califican como 'clamor popular' como criterio de verdad.

En el siguiente ejemplo de *El Mundo* (5-04-10), el redactor informa sobre las repercusiones, en la localidad de Seseña, del asesinato de una menor. A partir de un primer mensaje ilustrativo sobre la modalidad valorativa de la noticia ("Seseña era ayer un clamor"), el autor dice recoger la opinión del pueblo sobre el suceso a partir de intervenciones anónimas que responden al marco que se pretende construir como referente interpretativo del acontecimiento, con repercusiones en un debate social en el que el medio toma partido (endurecimiento de las leyes, responsabilidad penal de los menores, etc.): "Que el culpable pague, que no pase como siempre' [...]. Espérate que el que haya hecho esto no se vaya de rositas [...]. Uno tras otro, decenas de vecinos mostraban una frustración adelantada por lo que pueda pasar".

Otra de las estrategias se basa en reproducir, con la mayor fidelidad posible, incluso con la cadencia sintáctica del diálogo, una situación comunicativa que en sí misma resulta explícita en la caracterización de los protagonistas, de sus motivaciones e intereses. Se trata de ofrecer una imagen lingüística de los sujetos como eje sobre el que gravita el interés de la noticia, como el modelo de la estética novelesca realista.

Así, por ejemplo, todos los periódicos recogieron las grabaciones de los principales implicados en la trama Gürtel aparecidas en el sumario del caso. Veamos una de ellas publicada en *La Razón* (8-04-10):

C: Qué... fundido habrás llegado, ¿no?

B: ¿Eh?

C: Fundido.

B: Sí, totalmente fundido, claro... me he acostado a las cinco, algo...

C: ¿Qué tal era... la jaca?

B: Bien, tío, bien, divertidísima, muy divertida, mucho, mucho, mucho... divertidísima, divertidísima, macho y además...

En otras ocasiones, reproducir el estilo coloquial perfila el contexto identitario del personaje citado. La espontaneidad es un valor añadido a la información porque refuerza la imagen de cotidianeidad del sujeto. Así, *ABC* (21-3-10), al narrar las vicisitudes de un grupo de bomberos catalanes, confundidos en Francia con etarras, recoge las palabras de uno de ellos como titular, y mantiene la expresión hablada incluso a costa de la economía expresiva de esta parte del texto: “Sin comerlo ni beberlo, de golpe y porrazo, nos convertimos en etarras”.

Cuando se trata de un protagonista popular, la estrategia de mantener la literalidad de sus expresiones más coloquiales obedece al deseo de identificarlo con la imagen que el periódico ha construido sobre él. Incluso se puede llegar a mantener errores normativos, señalados con el indicativo *sic*, para evidenciar la imagen negativa de su caracterización, incluso desde su verbalidad.

Tal es el caso de la noticia de *ABC* (21-06-08) en torno al juicio contra el actor Pepe Rubianes “por ultraje a España” a partir de sus manifestaciones en un programa de televisión. El periódico ofrece a sus lectores dichas palabras: “Que se metan a España ya por el puto culo a ver si les explota dentro y les quedan los huevos colgando [...]; que se vayan a cagar a la puta playa con la puta España”.

Aunque no es tan frecuente, en algunos reportajes el narrador se permite la licencia de poner en boca de los personajes expresiones genéricas de corte coloquial. En *El País* (24-06-09), el autor del texto en torno a las declaraciones en los juzgados por parte de implicados en un caso de corrupción, escribe lo siguiente: “Para eso no había sido aleccionado, así que empezó la letanía: ‘Oiga, esto no es mío... Esto está manipulado’”.

4. La ‘democracia mediatizada’: prensa y política

4. 1. La transferencia del discurso del poder

En la actual sociedad de la información, los vínculos entre los medios y el poder van más allá de intereses creados por ambas partes para constituir un verdadero discurso, en el que la actividad lingüística de los agentes sociales y la de la prensa interactúan, en un proceso de retroalimentación mutuo que condiciona la práctica de los respectivos lenguajes.

Por una parte, como indican López Eire y Santiago Guervós los políticos se ven obligados a consolidar una sólida competencia en torno a los procesos de comunicación social, “lo que se denomina un *media training*” (2000, p. 13) con el fin de ajustarse a un principio básico enunciado por Núñez Ladevèze: “El político no se dirige directamente a los ciudadanos, sino a través de la mediación periodística” (Núñez Ladevèze, 1999, p. 111). Más aún, en las sociedades contemporáneas, el verdadero poder se ejerce sobre el control, manipulación y difusión de la información (cfr. Flaquer, 1998, pp. 280 y ss.). Por ello, la necesidad de determinar los flujos informativos requiere adecuarse a las rutinas discursivas del lenguaje periodístico, lo que supone asumir algunas coordenadas que condicionan la actividad lingüística del poder. López García establece las siguientes: -La preponderancia de la imagen comporta “una minusvaloración de la palabra”, lo que se traduce en un discurso que rehuye la complejidad para buscar una sintaxis propia del estilo segmentado (cfr. Cuenca 2000, pp. 109 y ss.), que permita su reproducción en los

medios de un modo diáfano, y evite así las posibles alteraciones en el contenido del mensaje y en la forma de transmitirlo.

-La búsqueda de la frase de impacto, del término persuasivo, en lo que podría denominarse "la estrategia del titular", por el que el discurso se pliega a la lógica estructural de la noticia y al modelo cognitivo de la pirámide invertida. El resultado, más próximo a la persuasión publicitaria que a la retórica informativa, es el modelo de discurso centrado en los mensajes llamativos capaces de atraer la atención del lector, diseñados para ocupar un lugar preeminente en el texto informativo. Así, no es casual que todos los medios nacionales, el 17 de marzo de 2010, coincidieron en titular la intervención del Presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, con una frase cuya forma y contenido sigue las directrices comentadas: "Pienso en el futuro del país, no en el mío personal" (López García, 2002, p. 1581).

En el otro extremo, el texto periodístico, definido por Núñez Ladevèze como "metalenguaje del lenguaje de los políticos" (1999, p. 118), a la vez que actúa como mediador-intérprete de los agentes sociales, se contamina de los parámetros por los que discurre el discurso del poder y sus manifestaciones, puesto que constituyen una de las fuentes primordiales de su labor: informes institucionales, ruedas de prensa, dictámenes, comunicados, sentencias, requerimientos, etc. Pese a las advertencias de los manuales de estilo, la dinámica de la cita directa y la reproducción indirecta de la fuente proyecta la imagen exacta de tal interacción.

El llamado "estilo administrativo" (Hernando, 1994, p. 152), con el que Lázaro Carreter tipificó una de las vertientes del lenguaje periodístico, procede de la imbricación necesaria entre ambos discursos y contradice la exigencia de claridad y naturalidad que se reclama para el relato periodístico. Ello resulta más grave si se tiene en cuenta que el peso social de los medios en la actualidad, la búsqueda constante de novedades en el complejo mercado de la comunicación, la inmediatez con que se difunde el mensaje, han traído como consecuencia un mayor control de la información por parte de los agentes institucionales en su contenido y en su formalidad, lo que significa, en muchos casos, una mayor opacidad y un uso estratégico del material lingüístico.

El principal reflejo del citado estilo se observa en la burocratización del discurso como reflejo de una ideología lingüística, descrita por Morán, propia de las nuevas elites políticas cuyo "capital es el dominio de conocimientos" con "un lenguaje propio y autónomo...más ajeno a la realidad concreta" (Morán, 1987, p. 3).

Esta burocratización contribuye a la retórica de la objetividad en el estilo impersonalizado de la narración informativa por su imagen de código de prestigio ajeno a la pulsión subjetiva del discurso, con su componente de legitimidad canalizado a través del formalismo y de la autoridad que le confiere su origen institucional.

El texto periodístico se arropa así con el papel de intérprete privilegiado del discurso del poder, y reproduce sus esquemas de actuación, aunque ello suponga olvidar sus funciones como contrapeso en el equilibrio sobre el que se sustentan las democracias avanzadas, tal como recogen las páginas de los libros de estilo.

En su textualidad, este imperativo del discurso se proyecta sobre un estilo lingüístico marcado por la reproducción de lo que Núñez Ladevèze denomina "lenguaje oral precautorio" (1999, p. 124), es decir, las estrategias encaminadas a garantizar la continuidad del discurso a través de procedimientos de cohesión que afectan tanto a la conectividad de los enunciados como a la selección e innovación léxica, con el fin de garantizar la imagen de seguridad, de precisión comunicativa y de confianza en un mensaje cuya transcendencia se basa en el control de los mecanismos formales como reflejo del dominio sobre los contenidos informativos.

Todos los estudios en torno al lenguaje periodístico coinciden en señalar la huella del citado estilo en dos aspectos, léxico-semántico y morfosintáctico, decisivos para configurar un código especializado capaz de vertebrar la comunicación de los grupos dominantes y, a la vez, formar parte de ese mismo engranaje que controla los flujos informativos que llegan a la sociedad.

El principio común de todos los mecanismos verbales asociados a dicha relación es lo que la lingüística cognitiva denomina “principio de prolijidad” (Lüdtke, 1998, p. 22) o, lo que es lo mismo, la tendencia a incrementar la forma de las unidades lingüísticas, en cualquiera de sus órdenes, con el fin de garantizar la expresividad comunicativa.

En el caso concreto del lenguaje periodístico, se trataría de establecer un eje caracterizador del código comunicativo, que actúa como vía de transición entre el uso espontáneo de la lengua y su forma en el discurso especializado. Las formas ampliadas proyectan nuevos valores basados en el prestigio de las unidades acrecentadas, lo que, en definitiva, supone establecer el control del significado del mensaje y de la gestión de los enunciados informativos por parte de quienes detentan el poder y de quienes transmiten la información.

Se pueden distinguir tres procedimientos encaminados a incrementar las expresiones, a partir de la propuesta cognitivista (cfr. Lüdtke, 1999):

-Sustitución de un elemento por otro. En el caso del lenguaje periodístico, este primer mecanismo tiene una vertiente semántica, el eufemismo, y otra de selección del vocabulario, en la preferencia por los extranjerismos, calcos de voces y giros extranjeros.

-Ampliación de un elemento. En este caso, la posibilidad de incrementar la estructura de la palabra mediante la derivación, parasíntesis y composición, en lo que ha supuesto un campo de debate entre los defensores del neologismo interno y las instituciones académicas, pese a que un buen número de estos nuevos vocablos han sido admitidos por la RAE.

Es este uno de los ámbitos en los que se observa con mayor nitidez la permeabilidad del discurso periodístico frente a las aportaciones del lenguaje político. En concreto, los llamados ‘archisílabos’ han pasado a formar parte del modelo comunicativo del poder como exponente del nuevo paradigma audiovisual, en el que el impacto perceptivo de la palabra, con una entonación determinada por su doble apoyo acentual –/nórmalización/, /pácificación/–, además del prestigio asociado a las formas esdrújulas y sobreesdrújulas, herencia del léxico técnico-científico, condicionan la elección del vocablo y su uso como recurso argumental intensivo. Como reconoce Arteta, “A los archisílabos les espera larga vida entre nosotros. Me lo temía al observar que no ha desaparecido del mercado lingüístico ni uno solo de los varios cientos divulgados” (Arteta, 2010, p. 31).

-Perífrasis. Preferencia por estructuras complejas como expansión del núcleo verbal en lugar de fórmulas más simples, reducidas a un solo verbo o a una forma nominalizada. En su origen, esta tendencia es propia del lenguaje administrativo, con el objetivo de lograr una mayor precisión referencial por medio de verbos modales que ajustan la intencionalidad semántica del verbo principal, o bien del desarrollo de su argumento interno con complementos de raíz nominal vinculados con verbos de limitada carga semántica (proceder a una detención, procurar medios, etc.).

Además de los citados mecanismos, la ampliación y opacidad de determinados períodos sintácticos, con todo tipo de proposiciones subordinadas y estructuras interordinadas, sintagmas nominales extensos a partir de complementos desarrollados en torno al núcleo, contribuyen a la mencionada burocratización del discurso.

Veamos un ejemplo en la noticia-reportaje aparecida en *ABC*, firmada por una habitual redactora del medio, M^a Jesús Cañizares, en torno a las relaciones políticas entre el PSC y el PSOE.

El texto aparece repleto de expresiones perifrásticas vinculadas con la constitución de los predicados y en torno a las formas verbales: “Planteó la conveniencia de adelantar las elecciones [...]; hubiese allanado el terreno de la negociación [...]; la formación del gobierno se llevaría a cabo [...]; ha evidenciado la falta de liderazgo del mandatario [...]; Montilla se dedica a obviar el pacto entre [...]; al líder del PSC sólo le queda la posibilidad de la sociovergencia [...]; al que acaba de privar de legitimidad para dictar sentencia”.

Junto a ello, algunos fragmentos reproducen una compleja y sinuosa sintaxis, que incluso fuerza la ruptura con el ordenamiento lógico de los componentes oracionales: “La contribución de los socialistas catalanes a la victoria del presidente José Luis Rodríguez Zapatero se ha convertido en una losa. Tanto que del agradecimiento traducido en la incorporación de dos ministros catalanes al gobierno del PSOE y la concesión de un más que lucrativo sistema de financiación para Cataluña, se ha pasado al correctivo” (*ABC*, 2-05-10).

4. 2. *La prensa, metalenguaje*

La relación del lenguaje periodístico con el discurso del poder no se reduce a presentarlo como un simple canal difusor, acrítico y neutro, de los intereses de la clase dominante y de sus intentos de control lingüístico de la información.

Los medios, en su papel de mediadores entre la sociedad y los agentes protagonistas de la información, también contribuyen en ocasiones a desvelar la ambigüedad calculada de las expresiones, la opacidad del discurso institucional, el sentido interpretativo del lenguaje críptico de algunos representantes públicos, del sentido manipulador de numerosas manifestaciones de los políticos. Un verdadero metalenguaje, tal como se apuntó con anterioridad, que, ahora, sí cumple una importante función social al desvelar los entresijos semánticos de la comunicación ritualizada del poder.

Prevalece, en este caso, la labor divulgativa y clarificadora de la prensa, tal como queda definida en los manuales de estilo, reflejo del papel que se espera del periodismo en el complejo equilibrio de poderes y contrapoderes en las democracias avanzadas. No obstante, en otras ocasiones, la voluntad explicativa procede de motivaciones relacionadas con la postura crítica del medio frente a la información presentada en sus páginas.

Tal es el caso que se observa en la noticia de *ABC* (18-5-10), centrada en un decreto aparecido en el BOE sobre la financiación de los sindicatos.

En primer lugar, el redactor sintetiza el alcance de la medida e interpreta el siempre dificultoso lenguaje administrativo del Boletín Oficial. El decreto se dirige “a fomentar, mediante las finanzas, la realización del cualquier tipo de actividad dirigida a la defensa y promoción de los intereses económicos y sociales de los trabajadores”, a lo que apostilla: “Es decir, simplemente por cumplir con su labor”.

A continuación, el autor desgana la terminología y alcance real del decreto: “La ayuda se repartirá entre las organizaciones sindicales con representación el día 1 de enero de 2010 en proporción a su representatividad”. Quiere esto decir que los grandes beneficiados serán las centrales de Fernández Toxo y Méndez”.

Mucho más reveladora es la estrategia de adentrarse en los vericuetos, silencios y ocultaciones de las manifestaciones públicas de los representantes del poder. Así lo demuestra *ABC* al contextualizar las palabras de Tarcisio Bertone, Secretario de Estado del Vaticano, en una ceremonia religiosa: “Pidió a los fieles católicos que mantengan su fe en momentos difíciles como los de ahora. Fue la única y velada alusión que hizo a la polémica por los casos de pederastia que sacuden a la Iglesia” (26-4-10).

El alcance y consecuencias de las palabras de un representante institucional es otra de las intervenciones interpretativas asumidas por la labor periodística. Así, frente a la dimensión estatal, institucionalizada, de las intervenciones de los altos cargos de la Administración, los mensajes sitúan el contenido del mensaje en su exacto contexto significativo, y traducen el potencial performativo del rito lingüístico marcado por su asepsia, imparcialidad y aparente neutralidad.

En la noticia de *El País* en torno a las complejas discusiones sobre la reforma laboral, los autores afrontan la interpretación de las opiniones del Ministro Corbacho, que buscan la equidistancia entre las partes: “La patronal sigue teniendo en sus reivindicaciones el tema de la rebaja de las cuotas de la Seguridad Social” (palabras del Ministro). A lo que los redactores apostillan: “Y eso es un punto que el Gobierno no contempla” (18-5-10).

5. *El estilo literario*

Alberto Chillón, en un libro ya clásico, planteaba que el debate tradicional en torno a la literatura y el periodismo, o sobre su expresión genérica en el denominado periodismo literario, podría definirse como “una historia de relaciones promiscuas”. El profesor catalán, a través del calificativo metafórico, situaba lo que ha constituido una de las grandes controversias acerca del lenguaje periodístico y de sus incursiones en el terreno de la creatividad verbal.

Sin entrar en el tema de los autores literarios que se han aproximado a la escritura periodística, ni en sentido inverso, a la de periodistas que se han ocupado del campo literario, cuestiones que exceden el marco de este trabajo, pueden distinguirse dos tendencias en los estudios que han tratado la interacción entre ambos discursos.

Por un lado, autores ya citados en estas páginas como Lázaro Carreter o Hernando plantean la presencia del registro literario en la prensa escrita como un proceso “de literarización del estilo, no tanto para lucirse como para obedecer a los sinceros movimientos de su ánimo” (Hernando, 1994, p. 151).

El concepto de estilo en estas investigaciones entronca con la dimensión retórico-formal y con la finalidad estética del mensaje, capaces de enriquecer un discurso periodístico demasiado pendiente de la objetividad y de la representación fiel de la realidad.

El componente literario en los géneros informativos se observa, según esta idea, en el uso del lenguaje figurado, sobre todo metáforas con un grado de lexicalización acorde con el potencial creativo del género elegido (noticia, crónica, reportaje), así como en el conjunto de recursos tendentes a consolidar la epicidad de la comunicación periodística (hipérboles, selección léxica, etc.).

Por supuesto, y se insiste mucho en ello, literatura y periodismo informativo son dos discursos “bien diferenciados en todas sus funciones” (Hernando, 1994, p. 151), por lo que, a partir de las directrices de Lázaro Carreter, se especifican las claves identificativas de cada una de las prácticas textuales.

Otros trabajos reflexionan sobre el espacio compartido entre ambos discursos. Pese a partir de las conclusiones citadas y de un marco teórico similar –la separación radical entre ambos registros especializados–, advierten la proximidad cada vez más evidente entre las dos estrategias textuales.

Martínez Albertos considera que los textos periodísticos están sometidos a un tratamiento de la información cada vez más próximo “a la mentalidad creadora del comunicador literario” (Martínez Albertos, 2004, p. 395). Fernández Parrat va más allá en sus apreciaciones al considerar que el influjo de la literatura se está dejando notar cada vez más, incluso en los géneros informativos, ya que “el tratamiento de las noticias está cambiando hacia un estilo más atractivo y a una mayor preocupación estética”. Ante ello, la autora se pregunta “si no estaremos asistiendo a una nueva interdisciplinariedad de dos campos que ya no sólo se influyen mutuamente sino que se hibridan hasta diluirse la frontera que antes las delimitaba” (Fernández Parrat, 2006, p. 279).

Ese hibridaje es el que constatan los partidarios de un enfoque innovador sobre ambos modelos discursivos que, en cierta manera, desarrolla los parámetros propuestos por el ya comentado “giro lingüístico” esbozado por Chillón. Así, este autor habla del mestizaje entre ambas prácticas “por su condición lingüística común” y “porque el periodismo ha sido desde su origen una cultura narrativa” (Chillón, 1999, p. 195).

Es en la narración, precisamente, en la que se centra el análisis del “mestizaje” y sirve de fundamento para una disciplina que, en los últimos años, se ha consolidado como modelo para la formación de periodistas: la periodística.

López Pan es uno de los principales impulsores de esta disciplina, entendida como “la redacción periodística tradicional, enriquecida en los últimos años con nuevos ámbitos e instrumentos de análisis que reclaman una denominación más acorde con su contenido real” (López Pan, 2005, p. 76).

En esa búsqueda de nuevos mecanismos narrativos para géneros como el reportaje, se plantean las relaciones entre literatura y periodismo desde una óptica diferente a la comentada con anterioridad, hasta el punto que Casals concluye que “en el aspecto narrativo, periodismo y literatura son realidades no opuestas, sino dependientes una de la otra, en un proceso de retroalimentación al que se ha sumado la narración cinematográfica” (Casals, 2001: 212).

Chillón al adentrarse en las técnicas narratológicas, en géneros como el “reportaje novelado” o, en el otro ámbito, “la novela-reportaje”, establece el núcleo interpretativo desde el que cabe observar el denominado “mestizaje” discursivo, y que entronca con las concepciones actuales de la estilística: más que hablar de recursos expresivos, de rasgos de estilo propios de la literatura, es más adecuado, desde una óptica general de la variación lingüística, proponer la existencia de una serie de fórmulas de las que hacen uso las prácticas discursivas en virtud de una serie de parámetros, de índole textual, sociolingüística e ideológica (Chillón, 1999, p. 210).

Esta vía analítica nos sitúa en el dominio de la pragmaestilística y en la nueva visión del concepto de estilo, desde la que puede construirse una perspectiva globalizadora de los dos enfoques presentados hasta el momento.

Dos son los principios de las actuales corrientes de la estilística que conviene tener en cuenta para contextualizar la cuestión de las relaciones entre el discurso literario y el periodístico:

-El primero es el concepto de selección, entendido como la opción discursiva entre las diversas posibilidades que ofrece la lengua. Como indica Salvador, esta selección “s’investeix de significativitat” en cuanto que “es tracta d’un exercici d’adequació de

l'usuari al context comunicatiu". Esta línea interpretativa conduce al concepto de registro, en la lingüística funcional, "que correspon als mecanismes que guien la tria de recursos lexicogramaticals més oportuns o més eficaços dins el repertori estilístic de la llengua" (Salvador, 2003, pp. 2-3).

-El segundo se refiere a la identificación del estilo no como un simple mecanismo retórico situado en el dominio de la *elocutio*, sino como un componente cognitivo capaz de generar su propia realidad representada. Ello significa que la elección estilística supone un modo de formalizar una realidad discursiva, lo que, en el terreno del periodismo, cuestiona la tradicional oposición ficción/realidad con que se intentaba diferenciar la práctica literaria y la periodística.

A partir de estas dos premisas, la incorporación de recursos casi siempre considerados exclusivos del discurso literario ha de interpretarse como una opción posible del estilo periodístico –"los estilos", [...] cada uno de los cuales tiende a construir su propia realidad" (Chillón, 1999, p. 49)– con el fin de modalizar una imagen de la realidad a partir de mecanismos lingüísticos y pragmáticos.

Esta selección estilística obedece a una serie de factores que resultan decisivos en el proceso textual de la información periodística:

-Factor interpretativo, relacionado con la función ideacional de Halliday, según el cual, el grado de subjetividad determina la elección de fórmulas modalizadoras del enunciado. Este factor ha sido invocado con asiduidad para distinguir los géneros de opinión de los informativos. Estos últimos, definidos en términos de objetividad, representaban el modelo de neutralidad expositiva, lo que suponía la plasmación de la idea de mimesis de lo real y, por ello, el estilo ideal del redactor.

Frente a ello, y a propósito de la nueva concepción del estilo como representación de una realidad, estudiosos como Palau han demostrado que las noticias "no son copias neutras de la realidad", sino que "surgen de miradas particulares e imponen maneras de ver la realidad" (Palau, 2009, p. 352), lo que se refleja en los mecanismos que canalizan la presencia del punto de vista del autor.

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

-Modalidad del discurso de acuerdo con su finalidad. La elección de una modalidad textual, más expositiva o más narrativa, en torno al referente, también supone un factor que define la coherencia interna del enunciado, sus mecanismos textuales y, en general, las unidades microestructurales, por lo que se favorece una variante de estilo más o menos ajustadas al modelo novelesco.

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

Dos ejemplos nos ilustrarán acerca de estas cuestiones de índole pragmaestilística que revelan la imbricación entre discursos a partir de los factores citados.

El primer corresponde a *El Mundo* (12-04-10), como ejemplo de noticia-reportaje, de los considerados en la jerga actual como texto periodístico de investigación, con un argumento, además, considerado como tema propio del medio.

Se trata, en este caso del denominado *Caso Faisán* –supuesto chivatazo al entorno de ETA por parte de la policía en la época del proceso de paz–, un intrincado asunto de

urdimbre novelesca, da pie a un texto caracterizado por técnicas narrativas que lo convierten en una trama en la mejor tradición del género policíaco:

-Comienzo, a partir del titular, en el que se revela la conversación entre un alto cargo de Interior con la jueza Le Vert, encargada del sumario por parte de la justicia francesa.

-Reconstrucción de la historia, en un *flash-back* que relata las acciones de la Audiencia Nacional, la investigación del hecho en el entorno policial, los problemas entre la judicatura y las fuerzas de seguridad, delaciones, obstáculos, confidencias, etc.

-Contextualización del relato en el marco político.

El resultado es una extensa narración enmarañada, con diversos protagonistas, la implicación de numerosas instancias administrativas, el conflicto entre Estados, personajes a los que el autor no duda en caracterizar a través de sus acciones y sus motivaciones, como entes novelescos. Una trama negra.

El segundo ejemplo pertenece al *ABC* (2-05-10). Corresponde a un reportaje de carácter más expositivo, con evidentes marcas modalizadoras que desvelan la actitud del emisor, acorde con la línea editorial e ideológica del medio en torno al tema de la educación sexual, contrastada históricamente a través de la información y opinión vertidas sobre el asunto.

La macroproposición sobre la que se asienta el contenido del mensaje es la perspectiva crítica en torno al derecho del Estado a inmiscuirse en el terreno de la educación en materias como la sexual, lo que, para los sectores conservadores, es responsabilidad exclusiva de las familias. Es el mismo marco que impulsó el debate sobre la asignatura de Educación para la Ciudadanía o la Ley del aborto. De hecho, el segundo párrafo del texto recoge estas referencias con el fin de situar la noticia –una iniciativa de la Junta de Andalucía– como expresión de una actuación política global de “adoctrinamiento” (párrafo 1) por parte del gobierno socialista.

El comienzo del reportaje muestra una relación de actividades asociadas, según los autores, con la propuesta, en una clara muestra del recurso gradativo que conduce al tema, técnica descriptiva capaz de trazar la caracterización valorativa del asunto:

Orgasmos obligatorios, masturbación a tiempo completo, aborto libre, sexo sin responsabilidad, la píldora del día después sin receta, promiscuidad, ensalzamiento y difusión de todas las opciones sexuales minoritarias [...]. Todo esto y mucho más es la ‘Educación afectivo-sexual’.

Tras este comienzo, coherente con el titular –“El orgasmo obligatorio”–, el resto del reportaje plantea una serie de opciones estilísticas caracterizadoras de la estrategia modalizadora de los textos informativos:

-Una adjetivización identificativa de la actitud de los emisores: “todo tipo de materiales didácticos premiados, ensalzados y altamente subvencionados” (nótese el ritmo interno de la frase, marcado por la rima interna).

-El contraste irónico, la paradoja, con la función de desvelar el fundamento grotesco del proyecto y de sus agentes. Así, se habla de “la última genialidad conocida”. Más explícitos son los comentarios que suscita la exposición del contenido del manual sobre sexualidad: “Al menos recomienda no tener prisa”; “En torno a tan instructivas materias se desarrolla todo el temario”.

-Sentido dialógico del texto, en una oscilación que va desde el manual editado por la Junta de Andalucía –al que se suman las de otras dos comunidades– a las palabras del autor. Ese dinamismo, en el que se ve implicado el discurso reportado, completa la imagen de un texto en el que interactúan la variedad estándar, casi un registro técnico en

la cita de los libros, con un estilo más espontáneo, en los comentarios que tales obras merecen a los redactores.

-Finalmente, mensajes rotundos, categóricos, en la cabecera del texto (“El Gobierno quiere imponer el sexo como doctrina”; “El sexo se ha convertido en una de las obsesiones del PSOE”, *ABC*, 2-05-10), determinan el sentido posterior del cuerpo del reportaje, y actúan como mecanismos focalizadores del asunto en forma de apelación a la aquiescencia del receptor. El narrador sitúa la materia y su valoración sin abandonar la garantía de objetividad de la 3ª persona.

6. Conclusión

La propuesta del giro lingüístico plantea nuevos retos analíticos en la caracterización del paradigma periodístico.

Desde una perspectiva ajustada a la realidad, el texto informativo ha tenido que asumir estrategias discursivas muy diversas, y profundizar en la heterogeneidad característica del lenguaje periodístico, para ubicarse en el complejo y competitivo mercado de la comunicación en la sociedad actual. El resultado ha sido la apertura a nuevas modalidades expresivas, nuevos esquemas macro y superestructurales, en los que la información no es la finalidad esencial vertebradora de la dinámica textual, sino que ha de ser compatible con otras fórmulas capaces de dar cumplida respuesta a las expectativas de un receptor sometido a una inflación de estímulos comunicativos en el ámbito de los *mass-media*.

A partir de estas premisas, y de las aportaciones de la pragmaestilística, más que hablar de un estilo periodístico en términos delimitados por cuatro fronteras sociolingüísticas – el estándar, el registro coloquial, y los especializados de la literatura y del discurso jurídico-administrativo–, es preferible optar por la idea de selección de variedades vinculadas a las necesidades comunicativas del emisor, al contexto y a las relaciones que se pretenden potenciar respecto al destinatario.

De ahí procede la preferencia por el concepto de ‘estilos periodísticos’, sustentado, además, sobre una imagen del estilo alejada de su identificación como formato ornamental, y centrada en su interpretación como enfoque desde el que se construye la realidad discursiva.

Este marco analítico, que recorre la distancia que separa lo estético de lo cognitivo, justifica que el estudio de las diferentes variables sobre las que se vertebra el discurso informativo en los periódicos no ha de desarrollarse como un listado de mecanismos lingüísticos compartidos por las diferentes variedades, sino desde los factores comunicativos, ideacionales y persuasivos, así como desde las manifestaciones en el orden macro y microestructural que justifican su elección.

Bibliografía citada

- ALVAR EZQUERRA, Manuel, "El léxico en los medios de comunicación", en CARBONERO, Pedro y otros (coords.), *Lengua y discurso*, Arco, Madrid, 1999, pp. 125-144.
- BELL, Allan, "Language style as audience design", *Language in Society*, vol. 13, 1984, pp. 145-204.
- CASALS, María José, "La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida", *Estudios del Mensaje Periodístico*, 7, 2001, pp.195-214.
- CASTILLO, M^a Auxiliadora, "Colocaciones léxicas y medios de comunicación", en GUERRERO, Susana y MEDINA, Antonia M^a (coordas.), *Lengua española y medios de comunicación: norma y uso*, VG Ediciones-Junta de Andalucía, Sevilla, 2005, pp. 12-28.
- CHILLÓN, Alberto, *Literatura y periodismo: una tradición de relaciones promiscuas*, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 1999.
- CHILLÓN, Alberto, "El 'giro lingüístico' en periodismo y su incidencia en la comunicación periodística", *Cuadernos de Información*, 14, 2001, pp. 24-47.
- CUENCA, M^a Josep, "Estudi estilístic i contrastiu de l'arquitectura de l'oració. Estil segmentat vs. Estil cohesionat", *Caplletra*, 29, 2000, pp.105-120.
- CUTILLAS, Juan Antonio, "Variación estilística en los medios de comunicación: una aproximación contrastiva a la teoría del diseño de la audiencia", *Tonos*, V, 2003. <http://www.um.es/tonosdigital/znum5/estudios/E-AUDIENCIACutillas.htm>.
- FERNÁNDEZ PARRAT, Sonia, "Periodismo y literatura: una contribución a la delimitación de la frontera", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, 2006, pp. 275-284.
- FLAQUER, Lluís, "L'impacte de les noves tecnologies sobre la llengua i les seues dimensions pública y privada", en MOLLÀ, Toni (ed.), *La política lingüística a la societat de la informació*, Bromera, Alzira, 1998, pp. 277-299.
- GÓMEZ FONT, Alberto, "Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: necesidad de un acuerdo", en GUERRERO, Susana y MEDINA, Antonia M^a (coordas.), *Lengua española y medios de comunicación: norma y uso*, VG Ediciones-Junta de Andalucía, Sevilla, 2005, pp. 53-68.
- GONZÁLEZ, M^a José, "Relaciones lógico-semánticas y su forma de expresión en el género noticia", *Atlantis*, 25-2, 2003, pp. 55-69.
- HERNANDO, Bernardino M., *El lenguaje de la prensa*, Eudema, Madrid, 1990.
- HERNANDO, Luis A., "Comunicación y lenguaje en el periodismo escrito", *Didáctica*, 6, 1994, pp. 145-159.
- HURTADO, Silvia, *El uso del lenguaje en la prensa escrita*, Universidad de Valladolid, Valladolid, 2003.
- JUCKER, Andreas H., *Social Stylistics: Syntactic Variation in British Newspapers*, Mouton de Gruyter, Berlin, 1992.
- LÁZARO CARRETER, Fernando, "El lenguaje periodístico entre el literario, administrativo y vulgar", en LÁZARO, Fernando (ed.), *El lenguaje en el periodismo escrito*, Fundación Juan March, Madrid, 1977, pp. 9-32.
- LÓPEZ EIRE, Antonio y SANTIAGO GUERVÓS, Javier de, *Retórica y comunicación política*, Cátedra, Madrid, 2000.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, "El lenguaje político reflejado a través de los medios de masas", en MUÑOZ, M^a Dolores y otros (eds.), *Actas del IV Congreso de Lingüística General*, Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz, Cádiz, 2002, vol. II, pp.1581-1595.
- LÓPEZ PAN, Fernando, "Aportaciones de la investigación periodística española y nuevos desafíos. Periodística y nuevas generaciones", en LÓPEZ, Xose y otros (eds.) *Investigar sobre periodismo*, Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 2005, vol. II, pp.74-89.
- LÜDTKE, Helmut, *El cambio lingüístico*, UAB Servei de Publicacions, Barcelona, 1999.

- MANCERA, Ana, "Oralidad y coloquialidad en la prensa española: la columna periodística", en OLZA, Inés y otros (eds.), *Actas del XXXVII Simposio Internacional de la SEL*, 2008, <http://www.unav.es/linguis/simposiosel/actas>.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, *Curso general de redacción periodística*, Paraninfo Madrid, 2004.
- MORÁN, Fernando, "Lenguaje y poder", *El País* (26-11-1987), Suplemento 'Temas de nuestra época', pp. 1-3.
- NÚÑEZ LADEVÈZE, Luis, "Lenguaje del político, lenguaje del informador", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 5, 1999, pp. 111-127.
- ONG, Walter, *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*, FCE, México, 1987.
- PALAU, Dolors, "Estilo y autoría en la información. Una aparente ausencia de identidad", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 2009, pp. 347-366.
- PRESTIGIACOMO, Carla, "Rasgos coloquiales en el lenguaje periodístico español", *Jornada de estudios románicos en la Universidad de Bratislava*. 2008, <http://hdl.handle.net/10447/35127>.
- RODRIGO ALSINA, Miguel, *La construcción de la noticia*, Paidós, Barcelona, 1993.
- RODRÍGUEZ BORGES, Rodrigo F., "La objetividad periodística, un mito persistente", *Revista Latina de Comunicación*, 2, 1998, <http://www.revistalatina.org/z8/febrero.98.rodrido.htm>.
- ROMERO GUALDA, María Victoria, *El español en los medios de comunicación*, Arco, Madrid, 1993.
- SALVADOR, Vicent, "Pragmàtica i estilística", *Noves. Revista de Sociolingüística*, 4, 2003, <http://www6.gencat.net/llengcat/noves/hm03hivern/docs/salvador.pdf>, pp. 1-7.
- SANTAMARÍA, M^a Luisa, *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*, Paraninfo, Madrid, 1990.
- VIGARA, Ana M^a, *Morfosintaxis del español coloquial. Esbozo estilístico*, Gredos, Madrid, 2005.