

# **LA DESCORTESÍA EN EL LENGUAJE RADIOFÓNICO**

**(El discurso de Federico Jiménez Losantos)**

Trabajo realizado por D. José M. López Martín  
para optar al título de Doctor

Directora: Dra. D<sup>a</sup> Catalina Fuentes Rodríguez

**Vº Bº:**

**Sevilla, 30 de junio de 2011**



*A mis tres sufridores oficiales, mis tres pilares:*

*Manolo, Pepi (mis padres) y Carmen*



## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que han contribuido a que esta tesis haya podido realizarse.

En primer lugar, me gustaría agradecer a mi directora de tesis, D<sup>a</sup> Catalina Fuentes, toda la dedicación, el tiempo y el entusiasmo que ha empeñado en la revisión y coordinación de este estudio. Desde que fue profesora mía en primero de Filología, me ha contagiado su pasión por la lengua. Posteriormente, y tras concederme el honor de pertenecer al grupo de investigación que ella dirige, intenté siempre imitar su ilimitada capacidad de trabajo, así como su humildad y bondad a la hora de tratar a los demás. De esta forma, cada hora que hemos pasado en su despacho hablando de la tesis ha sido, por un lado, como leer un centenar de estudios especializados, pero también como compartir tus miedos y tus inquietudes con un amigo que te comprende.

Por otro lado, me gustaría dar las gracias a mis compañeros del grupo “Argumentación y Persuasión en Lingüística”. Todos me han apoyado cuando los necesitaba. Juntos hemos asistido a congresos y realizado diversos proyectos, y siempre han estado dispuestos a compartir conocimientos, consejos y algún que otro libro que no he podido sacar de la biblioteca.

Agradezco el apoyo de mis amigos, que, a pesar de que no siempre estaban al corriente de a qué se debían mis épocas de reclusión todos estos años, siempre han estado ahí cuando necesitaba relajarme tras largos periodos de no responder a sus llamadas.

Quiero dar las gracias especialmente a mi familia. A mi hermano Carlos, que, debido a su generosidad, nunca ha dudado en aplazar aquello que estaba haciendo para echarme una mano. A mi hermano Jesús, un juez con alma de filólogo que fue el que me inculcó el amor por esto de las letras. Y, sobre todo a mis padres, Manolo y Pepi. Sin vosotros nada de esto habría sido posible. Os habéis encargado de quitar todos los obstáculos del camino, de ofrecer con todo vuestro cariño todos los recursos y facilidades para que vuestro hijo pudiera cumplir ese extraño sueño que os habéis tomado como si fuera el vuestro propio. Gracias porque sé que siempre estaréis ahí.

Y gracias a ti, Carmen. Gracias por ser mi ayudante, mi lectora, mi apoyo y mi compañera. Gracias porque has aceptado con generosidad y cariño los pequeños obstáculos

que este proyecto ha suscitado: a mis cambios de humor respondías con una sonrisa, y frente al ensimismamiento en que me sumergía a veces, actuabas con respeto y cariño. Gracias por fingir que no querías viajar o salir, diciendo que preferías quedarte en casa leyendo mientras yo terminaba de redactar un epígrafe o consultaba un artículo. Gracias, en definitiva, por tu amor, que es el motor que me ayuda a avanzar. Y gracias también a tu familia, que me hace sentir como uno más en cada instante que compartimos.

Por último, quiero agradecer a la Conserjería de Educación de la Junta de Andalucía el haberme facilitado la posibilidad de terminar este estudio gracias a la concesión de una licencia. Sin ella habría sido realmente difícil terminar mi tesis, debido a la falta de tiempo que se deriva de mi trabajo como profesor de instituto. La continua formación del profesorado es una de las bases de nuestro sistema educativo. Por ello, la existencia de este tipo de ayudas supone un efectivo apoyo a esta política que va en contra del estatismo en la enseñanza, y que fomenta la especialización y la elevada cualificación del personal docente en secundaria.

# **ÍNDICE**





<b><u>Capítulo 1. Introducción</u></b> .....	15
<b>1.1. <u>Objetivos del estudio</u></b> .....	17
<b>1.2. <u>Metodología</u></b> .....	19
<b>1.3. <u>Explicación y justificación de la estructura de la tesis</u></b> .....	24
<b><u>Capítulo 2. La (des)cortesía verbal</u></b> .....	27
<b>2.1. <u>Estado de la cuestión</u></b> .....	31
<b>2.1.1. Descripción histórica de los estudios sobre cortesía verbal.</b> .....	31
2.1.1.1. Primeros estudios .....	32
2.1.1.1.1. <i>Sentando las bases para un estudio científico de la cortesía. “Logic and conversation” de P. Grice</i> .....	32
2.1.1.1.2. <i>El primer enfoque pragmático: R. T. Lakoff</i> .....	33
2.1.1.1.3. <i>Las máximas de G.N. Leech</i> .....	34
2.1.1.1.4. <i>El concepto de imagen social. P. Brown y S. Levinson</i> .....	38
2.1.1.2. Estudios posteriores. Primeros pasos hacia la superación del etnocentrismo .....	47
2.1.1.2.1. <i>El contrato conversacional de Fraser y Nolan</i> .....	47
2.1.1.2.2. <i>El relativismo cultural de L. Fant</i> .....	49
2.1.1.3. La cortesía como norma social .....	51
2.1.1.3.1. <i>La mediación social de R. Scollon- S. Scollon</i> .....	51
2.1.1.3.2. <i>El comportamiento “apropiado” (politic) de R. Watts</i> .....	52
2.1.1.3.3. <i>Estudios de cortesía centrados en lenguas concretas</i> .....	55
2.1.1.4. Una vuelta al enfoque conversacional dentro del estudio de la cortesía .....	58
2.1.1.4.1. <i>Una reacción a las teorías de la cortesía como norma social. Horst Arndt and Richard Janney</i> .....	58
2.1.1.4.2. <i>La interacción como armonía. H. Spencer- Oatey</i> .....	60
2.1.1.4.3. <i>El concepto de autocortesía de Chen</i> .....	61
2.1.1.4.4. <i>La cortesía vista desde la Teoría de la Relevancia</i> .....	62

2.1.1.5. Cortesía en el ámbito hispánico .....	63
2.1.1.5.1. <i>La vertiente social de la comunicación</i> .....	63
2.1.1.5.2. <i>El fundador de los estudios de cortesía en el ámbito hispánico: H. Haverkate</i> .....	64
2.1.1.5.3. <i>La importancia del factor social dentro del ámbito hispánico. El grupo EDICE</i> .....	68
<b>2.1.2. Estudios sobre descortesía verbal</b> .....	70
2.1.2.1. La descortesía como reverso de la cortesía .....	71
2.1.2.1.1. <i>P. Austin</i> .....	71
2.1.2.1.2. <i>L. Lachenicht</i> .....	72
2.1.2.1.3. <i>J. Culpeper</i> .....	72
2.1.2.2. Estudios que interpretan la descortesía dentro de un <i>continuum</i> .....	77
2.1.2.2.1. <i>S. Kaul de Marlangeon</i> .....	78
2.1.2.2.2. <i>M. Kienpointner</i> .....	85
2.1.2.2.3. La descortesía dentro del comportamiento general del ser humano. El trabajo relacional (relational work) .....	88
<b>2.1.3. Últimos estudios sobre (des)cortesía verbal</b> .....	90
<b>2.2. <u>Caracterización de la (des)cortesía verbal</u></b> .....	95
<b>2.2.1. Consideraciones previas</b> .....	95
<b>2.2.2. La imagen social</b> .....	97
<b>2.2.3. (Des)cortesía, búsqueda de equilibrio y efecto social</b> .....	109
<b>2.2.4. (Des)cortesía y contexto</b> .....	114
<b>2.2.5. Intención/ evaluación de la (des)cortesía</b> .....	118
<b>2.2.6. La continuidad entre cortesía- descortesía</b> .....	124
<b>2.2.7. Funciones de la (des)cortesía</b> .....	127
<b>2.3 <u>Síntesis y valoración</u></b> .....	131

<b><u>Capítulo 3. La radio como medio de influencia social. El género del comentario editorializante</u></b> .....	133
<b><u>3.1. El impacto social de la radio</u></b> .....	135
<b><u>3.2. El lenguaje de la radio</u></b> .....	137
<b><u>3.3. El programa magacín</u></b> .....	139
<b><u>3.4. El comentario editorializante</u></b> .....	143
<b><u>3.5. Descortesía y medios de comunicación</u></b> .....	153
<b><u>3.6. Síntesis y valoración</u></b> .....	157
<b><u>Capítulo 4. Justificación y descripción del corpus</u></b> .....	159
<b><u>4.1. Justificación del corpus</u></b> .....	161
<b><u>4.2. Descripción del corpus</u></b> .....	163
<b><u>4.2.1. El/ los programa(s)</u></b> .....	163
4.2.1.1. Método de transcripción .....	165
<b><u>4.2.2. Estructura textual</u></b> .....	165
4.2.2.1. Medios cohesivos entre las diferentes secciones del programa .....	168
<b><u>4.2.3. Estructura secuencial</u></b> .....	171
<b><u>4.2.4. Estructura interactiva</u></b> .....	178
4.2.4.1. La figura del hablante .....	180
4.2.4.2. Figura del oyente .....	184
4.2.4.3. Contexto .....	194
4.2.4.3.1. <i>La ideología de los participantes</i> .....	197
<b><u>4.3. Síntesis y valoración</u></b> .....	206

<b><u>Capítulo 5. Estrategias de imagen y descortesía en el discurso radiofónico de Federico Jiménez Losantos</u></b> .....	209
<b><u>5.1. La imagen atacada. El contenido semántico de los enunciados descorteses</u></b> .....	226
<b><u>5.1.1. Ataques a la imagen de rol</u></b> .....	226
5.1.1.1. Ataques a la imagen de rol como profesional .....	226
5.1.1.2. Ataques a la imagen de rol como ciudadano .....	235
<b><u>5.1.2. Ataques a la imagen básica</u></b> .....	237
<b><u>5.1.3. Ataques a la imagen grupal</u></b> .....	243
5.1.3.1. Imagen grupal ideológica .....	243
5.1.3.2. Imagen grupal como partido .....	244
<b><u>5.2. Clasificación y descripción de los recursos verbales utilizados para llevar a cabo las diferentes estrategias</u></b> .....	247
<b><u>5.2.1. La intensificación de la opinión</u></b> .....	249
5.2.1.1. La aserción neutra. Omisión de verbos introductorios de la opinión .....	253
5.2.1.2. Los evidenciales .....	256
5.2.1.2.1. Enunciador = nosotros. La complicidad con la audiencia .....	258
5.2.1.2.2. Enunciador = comunidad. Estructuras impersonales .....	259
5.2.1.2.3. Dar una opinión como hecho contrastado. La modalidad epistémica .....	261
5.2.1.2.3.1. <i>Adverbios de modalidad epistémica</i> .....	261
5.2.1.2.3.2. <i>Otros procedimientos expresivos para expresar la modalidad epistémica</i> .....	265
5.2.1.2.4. Expresión explícita de la fuente informativa .....	267
5.2.1.3. La reformulación descortés .....	267
5.2.1.3.1. La explicación .....	271
5.2.1.3.2. La rectificación .....	275
5.2.1.3.3. Reformulación sin conector explícito .....	278
5.2.1.4. Otras estrategias de intensificación .....	279
5.2.1.4.1. Conectores aditivos .....	279
5.2.1.4.2. Operadores de énfasis .....	285

<b>5.2.1.5. La intensificación dentro de los márgenes oracionales</b> .....	289
5.2.1.5.1. Plano morfosintáctico .....	289
5.2.1.5.2. Plano léxico-semántico .....	301
5.2.1.5.3. Plano fónico .....	302
5.2.1.5.3.1. <i>Ámbito segmental</i> .....	302
5.2.1.5.3.2. <i>Ámbito suprasegmental</i> .....	305
5.2.1.5.3.3. <i>Ámbito paralingüístico</i> .....	311
5.2.1.5.3.4. <i>Pausas</i> .....	313
<b>5.2.2. <u>La descalificación del otro</u></b> .....	314
<b>5.2.2.1. Insultos</b> .....	315
<b>5.2.2.2. La descalificación humorística. El género de la sátira política</b> .....	331
5.2.2.2.1. La ironía .....	334
5.2.2.2.1.1. <i>Ironía por modificación de la fuerza elocutiva</i> .....	336
5.2.2.2.1.2. <i>Ironía en el plano del contenido proposicional</i> .....	338
5.2.2.2.2. Los enunciados paródicos .....	341
5.2.2.2.2.1. <i>Locutor/ enunciador parodiado individual</i> .....	342
5.2.2.2.2.2. <i>Locutor/enunciador parodiado grupal</i> .....	347
5.2.2.2.3. La función poética y el aspecto lúdico del lenguaje. Recursos estilístico-persuasivos .....	350
5.2.2.2.3.1. <i>Nivel morfológico</i> .....	351
5.2.2.2.3.2. <i>Nivel léxico</i> .....	355
5.2.2.2.3.3. <i>Nivel sintáctico</i> .....	357
5.2.2.2.3.4. <i>Nivel semántico</i> .....	361
5.2.2.2.3.5. <i>Nivel fónico</i> .....	365
<b>5.2.3. <u>Los actos impositivos</u></b> .....	366
<b>5.2.3.1. Fórmulas de tratamiento</b> .....	371
<b>5.2.3.2. La expresión del mandato. Los enunciados exhortativos</b> .....	373
5.2.3.2.1. Exhortaciones directas .....	378
5.2.3.2.2. Exhortaciones indirectas .....	381
<b>5.2.3.3. El vocativo</b> .....	383

5.2.3.3.1. Formas neutras .....	383
5.2.3.3.2. Formas de confianza .....	384
5.2.3.3.3. Formas de respeto con sentido irónico .....	386
5.2.3.3.4. Insultos en posición vocativa .....	387
<b>5.2.3.4. Marcadores apelativos .....</b>	<b>389</b>
5.2.3.4.1. Apéndices interrogativos .....	391
5.2.3.4.2. Imperativos .....	394
<b>5.2.4. <u>La expresión radical del desacuerdo</u> .....</b>	<b>396</b>
<b>5.2.4.1. El desacuerdo con el político. Estrategias de enfrentamiento .....</b>	<b>407</b>
5.2.4.1.1. Fórmulas negativas .....	407
5.2.4.1.2. Aserciones que ponen de manifiesto la no veracidad del enunciado anterior .....	411
5.2.4.1.3. Alo-repeticiones interrogativas .....	412
5.2.4.1.4. Marcadores apelativos de rechazo .....	418
<b>5.2.4.2. El desacuerdo con sus oyentes. La búsqueda de complicidad .....</b>	<b>422</b>
<b><u>Capítulo 6. Conclusiones</u> .....</b>	<b>429</b>
<b><u>Capítulo 7. Bibliografía</u> .....</b>	<b>437</b>

## **CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN**

“Si la violencia recorre toda nuestra historia,  
es porque la agresividad subyacente a la violencia está  
inscrita en el corazón del hombre”

*(Grupos y sociedad, Michael Cornaton)*

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li><b>1.1. Objetivos del estudio</b></li><li><b>1.2. Metodología</b></li><li><b>1.3. Explicación y justificación de la estructura de la tesis</b></li></ul> |
|--|





### **1.1. Objetivos del estudio**<sup>1</sup>

La idea vertebradora de nuestro trabajo consiste en describir la descortesía verbal dentro del discurso radiofónico de tema político. Esto supone una novedad, ya que apenas hay estudios que se hayan dedicado a analizar las características textuales de este tipo de discurso mediático.

Sin apartarnos de este objetivo primordial, intentaremos, en un primer momento, aportar una caracterización del fenómeno de la (des)cortesía verbal de una manera global, sin restricciones metodológicas ni doctrinales, y teniendo en cuenta todos y cada uno de los factores que puedan ayudarnos a explicar algo mejor una serie de cuestiones acerca de estos actos de habla: por qué aparecen, con qué finalidad, cómo son recibidos, a través de qué estructuras se manifiestan o si se sistematizan en estrategias generales que poseen una finalidad jerárquicamente superior.

Por ello, no nos conformamos en este estudio con exponer un extenso listado de recursos verbales descorteses, sino que partimos de una serie de macro-estrategias discursivas que el hablante utiliza para desacreditar o agredir de alguna manera la imagen del otro, y que marcarán el tipo de estructura que será utilizada para dicho fin. El hablante, por tanto, posee diversas tácticas para dañar la imagen de sus oponentes, y estas se encarnan en planes enunciativos que condicionarán la aparición de una u otra unidad. No es lo mismo, por ejemplo, que el emisor intente imponer su opinión a los demás, para lo que se valdrá de recursos verbales potenciadores de la aserción, o que, por otro lado, intente descalificar directamente a su oponente, estrategia que conseguirá gracias a recursos lingüístico-enunciativos como el insulto o la ironía.

Del mismo modo, no siempre el acto descortés va destinado a un mismo tipo de imagen. Frente a perjuicios dirigidos a valores más generales, y ligados a una serie de convenciones de respeto y adecuación que la sociedad impone, también pretendemos discernir otro tipo de daños más unidos a roles o papeles concretos que alguien adquiere en un determinado momento, o incluso aquellos agravios que relacionamos con personas que forman parte de nuestro mismo grupo. Nos referimos a valores identitarios como la familia, los amigos, el sexo o la ideología.

---

<sup>1</sup>Este estudio se enmarca dentro de las actividades del grupo “Argumentación y persuasión en Lingüística”, que está llevando a cabo un Proyecto de Excelencia sobre “La violencia verbal y sus consecuencias sociales” (HUM 593).

Así, desde nuestro estudio nos proponemos aplicar esta serie de conceptos relacionados con la caracterización de la descortesía al discurso radiofónico de tema político. Al carácter polémico y de enfrentamiento que posee el tema señalado, se añade la capacidad multidimensional de los medios, que posibilita al hablante ideológico, político o periodista, proyectar una imagen positiva de sí mismo y negativa del contrario ante la sociedad.

Pero más allá de la beligerancia propia del discurso político, son numerosas las alarmas acerca del giro violento que en los últimos años se viene observando en el discurso de los medios. Para algunos analistas, la enorme influencia de estos ha provocado que la sociedad en general esté adquiriendo hábitos lingüísticos más agresivos. Para otros, el habla de la calle es la principal referencia, y desde los medios solo se imita una serie de tendencias discursivas de enorme vigencia en nuestros días.

El periodista de *El País* Juan Cruz pone de manifiesto cómo la descalificación y el insulto, el intento, en definitiva, de anular al contrario, es una costumbre usual dentro de los medios de comunicación actuales. En su artículo publicado en ese mismo periódico el 9 de enero de 2011 con el título de “El lenguaje de la basura”, se pone de manifiesto esta tendencia a crear discursos violentos más o menos ficcionalizados, frutos de cierta "espectacularización" que los medios facilitan. El aspecto de la ficción de la descortesía, es decir, el grado de actuación de los participantes que aparecen en los medios, supone un factor que no debemos obviar. Pero este tipo de comportamiento puede darse en un mayor o menor grado, ya que no es lo mismo el nivel de espontaneidad del comportamiento descortés de unos contertulios en un programa de crónica rosa que el de un político que, tras lanzar improperios a su contrincante en la cámara, se preocupa en privado por la salud del hijo de este.

Hay valiosos estudios que se han ocupado de este tipo de poses agresivas o estrategias descorteses cuya finalidad consiste en subir la audiencia. La mayoría de estos están dedicados a la televisión (J. Culpeper, 2005; C. Fuentes Rodríguez, 2006b; E. Bernhardt, 2006; N. Hernández Flores, 2006; M. Luginbül, 2007; E. Brenes Peña, 2007a, 2009a, 2009c, 2009d, 2009e, 2009f; E. Alcaide Lara, 2008a; M. E. Gómez Sánchez, 2008; N. Lorenzo, 2009; J. L. Blas Arroyo, 2010), pero pocos se centran en la aparición de estas estrategias en el lenguaje radiofónico. Este hecho aporta a nuestro trabajo un carácter novedoso y necesario, ya que puede ofrecer una visión científica y detallada de las formas y los motivos por los que la descortesía verbal ha llegado a formar parte de un tipo de discurso mediático poco estudiado desde un punto de vista pragmalingüístico. Y es que no debemos creer que estamos ante un

fenómeno que se ciñe tan solo al ámbito televisivo. Es cierto que la radio ha cedido a la televisión el acercamiento a las grandes masas de público, lo que ha podido facilitar la utilización de este lenguaje “prohibido” para elevar las cuotas de audiencia. Sin embargo, también lo es que el medio radiofónico sigue teniendo una enorme influencia, sobre todo en lo relacionado a temas serios como el político, lo que ha posibilitado la asimilación de este tipo de comportamiento discursivo violento que tanto atrae al público.

Dentro de este marco, cobra especial relevancia la figura del periodista Federico Jiménez Losantos<sup>2</sup>, cuyo discurso será objeto de nuestro análisis. En su comentario de contenido político se concentra toda una serie de características que ponen de manifiesto la finalidad estratégica de este tipo de descortesía: convencer al otro a través de la descalificación del adversario. El carácter excesivo y extremo de su discurso lo ha convertido en un personaje de enorme repercusión mediática, llegando a encarnar valores contrapuestos: para algunos representa al predicador maniqueo que domina el insulto y el ataque excesivo; para otros simboliza al periodista agresivo e independiente.

## **1.2. Metodología**

La descortesía hace referencia a un tipo de comportamiento del ser humano en sociedad que puede manifestarse, entre otras formas, a través de la lengua. En los últimos años parece que se ha establecido una división férrea entre aquellos estudiosos que dan prioridad a los diferentes aspectos verbales e interactivos, por un lado, y los que focalizan sus trabajos en el aspecto social del fenómeno, por otro. Los primeros toman como marco teórico un enfoque pragmático dentro de la lingüística, los segundos parten del denominado enfoque sociopragmático. Nosotros intentaremos describir las particularidades de estos dos acercamientos, para, en primer lugar, poner de manifiesto que no están situados en ángulos tan opuestos como podría parecer, ya que ambos toman aspectos y bases de apoyo del enfoque metodológico ajeno para completar su análisis. En segundo lugar, optaremos desde nuestro estudio por una postura intermedia, donde el aspecto verbal y el social sean tenidos en cuenta, aunque sin olvidar el objetivo básico de nuestro trabajo, que deriva de nuestro perfil de lingüistas.

---

<sup>2</sup> A partir de ahora lo nos referiremos a él como FJL.

Los primeros estudios pragmáticos supusieron un acercamiento al lenguaje desde el punto de vista del hablante/oyente, por lo que posibilitaron el análisis de los aspectos sociales que pueden llegar a condicionar la aparición de ciertas emisiones. Se pasó, por tanto, de un análisis centrado exclusivamente en la microestructura – nivel fónico, léxico, morfosintáctico- al estudio del lenguaje en su contexto, lo que permitía trasladar el foco de análisis de la unidad abstracta y aislada a la conversación real. Sin embargo, y aunque estos estudios conceden cierta importancia a factores sociales como la distancia, el poder o el grado de imposición entre los interactuantes, sus postulados tienden a erigirse como universales, como válidos y aplicables a cualquier lengua independientemente del contexto o factores socioculturales que rodeen al acto de habla.

Por ello, el enfoque sociopragmático considera insuficientes estos acercamientos anteriores. Así, y desde este nuevo enfoque, se considera que la cortesía solo puede estudiarse desde la interacción social, que alberga factores individuales y situacionales.

En esta misma línea se sitúa D. Bravo, para quien las teorías pragmáticas anteriores no resultan suficientes para estudiar un determinado comportamiento cortés, ya que no prestan la atención necesaria a la coyuntura social en el que este aparece:

“En esta noción no solo deberían incluirse las características de los participantes, la descripción de la situación de habla, el análisis de la interacción y las significaciones emergentes, sino que también hay necesariamente que dar cabida, en forma explícita, al elemento extralingüístico. Esto muchas veces requiere valerse de conceptos provenientes de otras disciplinas comprometidas, de alguna manera, con la interacción comunicativa. Por eso es que es necesario ubicar el estudio de la cortesía en un área de la pragmática que se ocupe específicamente de las funciones de los recursos comunicativos desde una perspectiva <<sociocultural>>” (D. Bravo, 2004: 8)

Esta autora parte de la base de que todo individuo posee un bagaje o conocimiento sociocultural que le une a su entorno social, y que, unido a su experiencia previa, condiciona su comportamiento comunicativo en relación con un grupo. Este tipo de comportamiento se explicita en recursos concretos que se ponen al día en la propia interacción, y que actualizarán sus significados en la comunicación. Estos contenidos más o menos corteses dependerán de la intención del hablante en una situación concreta, pero también de los efectos sociales que estos conlleven según unas convenciones que ninguno de los interactuantes puede obviar. De

esta forma, lenguaje y sociedad aparecen como un binomio inseparable al que el analista solo puede acceder a través de la perspectiva sociocultural.

De la misma forma, los postulados sociopragmáticos consideran erróneo el método utilizado anteriormente por los estudios pragmáticos, a través del cual se considera al hablante un ser racional que emite una enunciado cuya intención es fácilmente interpretable por el analista, ya que entre ambos existe un campo común de conocimiento referente al código lingüístico y a ciertos aspectos situacionales. Se critica, por tanto, que este tipo de análisis parta de una serie de estrategias *ad hoc*, cuya existencia se basa en la pura intuición del investigador, y que dará como resultado la aparición de una serie de estrategias atenuantes de la imagen que se erigirán como universalmente relevantes (D. Bravo, 2010: 20).

Según nuestro punto de vista, si bien es cierto que el enfoque sociopragmático supuso cierto avance con respecto a los primeros estudios sobre cortesía, consideramos erróneo el supuesto que afirma que los estudios pragmalingüísticos excluyen el contexto de su análisis. Así, y siguiendo a C. Fuentes (2000), la denominada *lingüística pragmática* tiene como objeto de estudio lo lingüístico, aunque sin dejar fuera del análisis un amplio abanico de factores – externos e internos- que pueden influir en el texto. La pragmática, por tanto, no es un parte de la lingüística, sino una perspectiva de estudio que puede aplicarse a diferentes disciplinas, y que defiende que el fenómeno estudiado debe ser analizado desde el uso.

De esta manera, el investigador no tiene por qué ponerse en la tesitura de elegir entre la pragmalingüística o sociopragmática a la hora de acercarse al fenómeno (des)cortés. En la primera centramos el enfoque de estudio en lo lingüístico, pero prestando especial importancia a los factores contextuales, sociales y culturales que pueden proyectar cierta influencia en la emisión o recepción del texto. Desde la segunda, se focaliza el estudio de ciertos comportamientos sociales, y lo lingüístico aparecería como manifestación de los mismos.

Por ello, consideramos innegable la aportación de los estudios sociales en el ámbito de la (des)cortesía, que han centrado su foco de análisis en las costumbres y comportamientos más o menos adecuados que un grupo social posee, dando como resultado ciertas producciones verbales. Sin embargo, y como afirma C. Fuentes (2011), estos “no se paran a pensar que esas expresiones aportan algo, y tienen su propia dinámica interna” (34). Y esta preponderancia del estudio de lo lingüístico, del estudio del valor discursivo, es la parte que la lingüística pragmática desea subrayar. Para ello no se ocupa del mensaje de una manera

aislada, sino teniendo en cuenta su funcionamiento en una situación concreta y según unos participantes reales en una interacción.

En definitiva, un completo análisis del fenómeno (des)cortés requiere la unión de ambas disciplinas. Para apreciar el valor de amenaza a la imagen de un determinado segmento debemos tener en cuenta el funcionamiento y significado que ciertas unidades poseen codificados en la lengua, así como los factores situacionales, culturales o históricos que rodean dicho enunciado.

De este modo, C. Fuentes Rodríguez (2011) habla de dos niveles de análisis que deben ser tenidos en cuenta a la hora de estudiar el valor (des)cortés de un determinado acto de habla. En primer lugar, y en un nivel más externo, encontraríamos la relación del hablante con la sociedad, que impone una serie de normas consensuadas que el hablante puede respetar o no. En este sentido, también debemos tener en cuenta la figura del oyente. Este también posee una serie de expectativas, y está sujeto, al igual que el hablante, a unas convenciones sociales que influirán en la recepción e interpretación más o menos cortés o adecuada de lo emitido por este. En el caso en que hablante y oyente no formen parte de la misma comunidad, esto puede provocar una disonancia entre ambos, y la interpretación “errónea” de la intención más o menos cortés de un determinado mensaje. Esto se debería al desconocimiento de las normas y convenciones por las que se rige el comportamiento del otro, la denominada *imagen social básica* (D. Bravo, 2010), y supone uno de los problemas comunicativos más frecuentes entre hablantes no nativos. Estos no solo deben preocuparse por adquirir los conocimientos sobre las características estructurales de una lengua, sino también por acercarse a los valores culturales vigentes de esa comunidad.

Pero el investigador debe tener en cuenta también un segundo nivel, referido a la relación que se establece entre hablante y oyente en una comunicación concreta. Aquí debemos prestar atención a la estructura lingüística elegida para dar forma a dicho mensaje. Defenderemos desde nuestro estudio que no hay unidades corteses o descorteses *per se*. Sin embargo, estas poseen un grado de codificación dentro del sistema que hablante y oyente identifican a la hora de interpretar/evaluar el elemento. Por otro lado, el entorno lingüístico de la unidad, el denominado cotexto, influirá de manera decisiva a la hora de intensificar o atenuar el valor de dicho segmento enunciativo. También hay que tener en cuenta el tipo de discurso en el que dicho acto de habla se inserta. Este factor será esencial, ya que determina qué es lo normativo, y, por lo tanto, adecuado en un texto en relación con los otros de su

clase. Observaremos, por tanto, que determinados géneros exigen un mayor compromiso con las normas de respeto y acuerdo, mientras que otros facilitan la aparición de ciertas estrategias polémicas e incluso de enfrentamiento. Habrá que considerar este tipo de características superestructurales a la hora de evaluar la gravedad del ataque a la imagen de un determinado enunciado, así como el hecho de que tanto el emisor como el receptor del mismo sean más o menos conscientes de las directrices que rigen el tipo de discurso en el que se encuentran.

Por último, debemos prestar atención al contexto situacional, social y cultural que rodea al acto comunicativo concreto, así como a la relación que se establece entre sus participantes. Aspectos como la familiaridad o la confianza entre hablante y oyente nos aportan información esencial a la hora de explicar el valor (des)cortés de determinadas estructuras. Siguiendo a T. Van Dijk (2009), aplicaremos un método selectivo al análisis de estos factores. Según este autor, el contexto hace referencia a lo que es tomado como relevante en una situación concreta por los propios participantes. Es decir, todos los elementos que rodeen al acto comunicativo no serán pertinentes para el análisis, solo aquellos que hablante u oyente tengan en cuenta a la hora de emitir/ evaluar el contenido (des)cortés de lo dicho.

Por tanto, pensamos que, sin perder de vista nuestro enfoque más ligado a lo lingüístico, debemos fundir ambas perspectivas, la sociopragmática y la pragmalingüística, para afrontar con éxito el estudio de este fenómeno. Como hemos comprobado, la aplicación exclusiva del primer enfoque aporta una visión limitada del proceso, ya que tan solo se dedica a poner en relación un determinado elemento lingüístico con los factores socioculturales que lo rodean. Sin embargo, la aplicación del modelo que aporta la lingüística pragmática favorece una visión más amplia del mismo, ya que incluye factores contextuales más cercanos a lo lingüístico, como el contexto o el tipo de discurso.

En lo referente al corpus elegido (cf. 4.2.), nos hemos basado en los documentos de audio colgados en la página Web de las cadenas Cope y Es Radio, y que hemos transcrito *a posteriori*. Concretamente, hemos analizado ochenta y tres archivos pertenecientes a cincuenta y dos programas distintos<sup>3</sup>. Cincuenta y seis de estos audios pertenecen a la parte de comentario político, y veintisiete poseen contenidos de otras secciones como la tertulia, los

---

<sup>3</sup> Estos archivos tienen una duración variable. Los de comentario político oscilan entre treinta y cinco y cincuenta y cinco minutos aproximadamente. Entre los demás encontramos algunos de cuatro o cinco minutos, como los de la bolsa o los deportes, y otros de cerca de una hora, como la tertulia.

deportes o la crónica rosa. Los programas se han seleccionado de manera aleatoria, en una franja temporal que comienza en enero de 2007, y termina en febrero de de 2011.<sup>4</sup>

### **1.3. Explicación y justificación de la estructura de la tesis**

Los primeros pasos de nuestro trabajo irán encaminados a caracterizar el fenómeno de la (des)cortesía verbal (**Cap.2**). Para ello creemos necesario presentar de manera breve aunque exhaustiva una descripción histórica de los principales acercamientos teóricos que han tenido como objetivo el estudio de este fenómeno: desde los primeros autores, que se centraron en analizar tan solo las manifestaciones correctas o corteses, hasta la aparición de los estudios que se acercaban a la “cara oculta” del fenómeno: la descortesía

Tras repasar el estado de la cuestión, aportaremos una caracterización del fenómeno de la (des)cortesía verbal. Para ello tendremos especialmente en cuenta factores como el contexto, la intención/ interpretación del acto de habla, la búsqueda del equilibrio o el concepto de imagen social.

En el siguiente punto (**3**) nos centraremos en el lenguaje radiofónico. Este medio sigue manteniendo un enorme poder de influencia en la sociedad, sobre todo a la hora de tratar temas serios y de interés general como la política. Reflejo de la vigente relevancia de la radio es la enorme repercusión de formatos como el magacín, que han conseguido altos niveles de audiencia en los últimos años. De esta manera, estos programas se han erigido en valiosas fuentes de ingresos para las cadenas, gracias a los contratos publicitarios que son capaces de atraer. La tendencia a la coloquialidad y a la descortesía verbal son dos rasgos que, aunque no en la misma medida que en otros discursos mediáticos, van apareciendo gradualmente en el lenguaje de las ondas. De ahí la aparición de nuevos géneros como el *comentario editorializante*, que describiremos tanto en sus características estructurales y enunciativas como desde el punto de vista de su relevancia social.

Tras ello, nos ocuparemos de describir nuestro corpus, así como de justificar su elección (**4**). Los ejemplos utilizados pertenecen a dos programas de radio, ambos presentados por Federico Jiménez Losantos. Tras analizar su estructura textual y secuencial, nos centraremos

---

<sup>4</sup> Estos documentos de audio, clasificados por cadena, fecha y sección, se adjuntan a la tesis a través de un soporte digital (DVD).



en la figura del hablante, del oyente y, por último, en las características contextuales e ideológicas del mismo.

El siguiente apartado (5) tendrá como objetivo describir las estrategias de imagen y descortesía del discurso radiofónico de FJL. En un primer momento nos centraremos en el contenido semántico de los enunciados descorteses, así como en el tipo de imagen que se ve afectada en los distintos ataques. Posteriormente, nos dispondremos a clasificar y describir los recursos verbales utilizados para llevar a cabo las diferentes estrategias. El discurso de FJL se vale de cuatro macroestrategias que tienen como objetivo dañar la imagen de aquellos personajes a los que se critica: la intensificación de la opinión, la descalificación, la imposición y la expresión del desacuerdo.

A esto seguirán las conclusiones que han ido obteniéndose a lo largo del trabajo (6), tanto con respecto a los aspectos teóricos, como a temas ligados al tipo de discurso, la descripción de los recursos descorteses y, por supuesto, la forma en que estos se engloban formando estrategias de descortesía. Tras ello, cerrará nuestro estudio un apartado en el que aparecen todas las obras citadas (7).



## **CAPÍTULO 2. LA (DES)CORTESÍA VERBAL**

PEDRO CRESPO: La cortesía/ tenerla con quien la tenga.

DON LOPE: Ayer todo erais reniegos,/ porvidas, votos y pesias;/ y hoy  
estáis más apacible,/ con más gusto y más prudencia.

PEDRO CRESPO: Yo, señor, siempre respondo/ en el  
tono y en la letra,/ que me hablan. Ayer  
vos/ así hablabais, y era fuerza/ que fuera de un  
mismo tono/ la pregunta y la respuesta.

*(El alcalde de Zalamea, Pedro Calderón de la Barca)*



**2.1. Estado de la cuestión****2.1.1. Descripción histórica de los estudios sobre cortesía verbal.**

## 2.1.1.1. Primeros estudios

2.1.1.1.1. *Sentando las bases para un estudio científico de la cortesía. "Logic and conversation" de Grice*

2.1.1.1.2. *El primer enfoque pragmático: R. T. Lakoff*

2.1.1.1.3. *Las máximas de G.N. Leech*

2.1.1.1.4. *El concepto de imagen social. P. Brown y S. Levinson*

## 2.1.1.2. Estudios posteriores. Primeros pasos hacia la superación del etnocentrismo

2.1.1.2.1. *El contrato conversacional de Fraser y Nolan*

2.1.1.2.2. *El relativismo cultural de L. Fant*

## 2.1.1.3. La cortesía como norma social

2.1.1.3.1. *La mediación social de R. Scollon- S. Scollon*

2.1.1.3.2. *El comportamiento "apropiado" (politic) de R. Watts*

2.1.1.3.3. *Estudios de cortesía centrados en lenguas concretas*

## 2.1.1.4. Una vuelta al enfoque conversacional dentro del estudio de la cortesía

2.1.1.4.1. *Una reacción a las teorías de la cortesía como norma social. Horst Arndt and Richard Janney*

2.1.1.4.2. *La interacción como armonía. H. Spencer- Oatey*

2.1.1.4.3. *El concepto de autocortesía de Chen*

2.1.1.4.4. *La cortesía vista desde la Teoría de la Relevancia*

## 2.1.1.5. Cortesía en el ámbito hispánico

2.1.1.5.1. *La vertiente social de la comunicación*

2.1.1.5.2. *El fundador de los estudios de cortesía en el ámbito hispánico: H. Haverkate*

2.1.1.5.3. *La importancia del factor social dentro del ámbito hispánico. El grupo EDICE*

**2.1.2. Estudios sobre descortesía verbal**

## 2.1.2.1. La descortesía como reverso de la cortesía

2.1.2.1.1. *P. Austin*

2.1.2.1.2. *L. Lachenicht*

2.1.2.1.3. *J. Culpeper*

2.1.2.2. Estudios que interpretan la descortesía dentro de un *continuum*

2.1.2.2.1. *Kaul de Marlangeon*

2.1.2.2.2. *M. Kienpointner*

2.1.2.2.3. *La descortesía dentro del comportamiento general del ser humano. El trabajo relacional (relational work)*

**2.1.3. Últimos estudios sobre (des)cortesía verbal****2.2. Caracterización de la (des)cortesía verbal****2.2.1. Consideraciones previas****2.2.2. La imagen social****2.2.3. (Des)cortesía, búsqueda de equilibrio y efecto social****2.2.4. (Des)cortesía y contexto****2.2.5. Intención/ evaluación de la (des)cortesía****2.2.6. La continuidad entre cortesía- descortesía****2.2.7. Funciones de la (des)cortesía****2.3 Síntesis y valoración**



## **2.1. Estado de la cuestión**

### **2.1.1. Descripción histórica de los estudios sobre cortesía verbal.**

Los estudios sobre el fenómeno de la cortesía verbal han suscitado un enorme interés desde hace ya varias décadas. Por ello, la bibliografía existente sobre este fenómeno es de tal magnitud que un exhaustivo repaso a todos y cada uno de los acercamientos supondría que este estudio se dedicara exclusivamente a este propósito. Aunque consideramos esta una tarea necesaria, se aparta de la finalidad primordial de este trabajo. Así, en este capítulo haremos referencia a los estudios principales sobre el fenómeno de la cortesía, y describiremos cada marco teórico de manera resumida pero clara. Explicaremos las principales aportaciones de cada autor, así como la manera en que estas se han ido ensamblando en el marco de la teoría general sobre la cortesía verbal.

Partiremos en nuestro estudio de las teorías de tres trabajos fundacionales<sup>5</sup>: nos referimos a los trabajos de G. N. Leech, de R. Lakoff y, por último, al estudio que realizan conjuntamente P. Brown y S. Levinson. Estas aportaciones no habrían sido posibles sin las ideas sobre la comunicación que aparecen previamente en el artículo “Logic and Conversation” de P. Grice. Posteriormente, analizaremos diferentes estudios que, partiendo de estos pioneros, pretenden superar el llamado etnocentrismo que se desprendía de sus teorías. Tras estos acercamientos posteriores, y teniendo en cuenta que, a partir de entonces, el factor social es una constante dentro del análisis del fenómeno cortés, realizaremos otra división útil, a nuestro parecer, desde un punto de vista metodológico: por un lado, aquellas teorías que defienden que la norma social es el factor primordial a la hora de analizar la cortesía, y, por otro, aquellas que, sin obviar la importancia de lo social, analizan la cortesía desde un punto de vista más lingüístico o conversacional. Añadiremos un último apartado dedicado a los estudios de cortesía centrados en el ámbito hispánico.

---

<sup>5</sup> E. Brenes Peña (2009e) habla de “teorías fundadoras” (35) en referencia a los estudios de estos tres autores.

#### 2.1.1.1. Primeros estudios

2.1.1.1.1. *Sentando las bases para un estudio científico de la cortesía. “Logic and conversation” de P. Grice*

M. E. Placencia y D. Bravo (2002) subrayan el decisivo papel de las aportaciones de Grice y Searle a la hora de abrir las puertas a los estudios sobre cortesía.

“El interés en los años 70 en explicar, a raíz de la teoría de los actos de habla, y de la propuesta de Grice sobre la existencia de un principio de cooperación y máximas en la conversación, por qué la gente dice muchas veces una cosa y quiere decir otra (la diferencia entre el *contenido proposicional* y la *fuerza ilocutiva* de Searle y lo dicho y lo implicado de Grice) lleva a algunos investigadores a considerar la cortesía como motivación en el uso del lenguaje indirecto” (M. E. Placencia-D. Bravo: 2002, 9)

Si bien es cierto que los estudios de P. Grice no teorizan estrictamente sobre la cortesía, su artículo “Logic and conversation” (1975) sienta las bases sobre las que se apoyan los llamados pioneros en la materia. P. Grice tiene una concepción esencialmente cooperativa del acto comunicativo, y defiende que todo hablante posee un principio - *Cooperative Principle* (CP)- que le obliga a ser lo más eficiente posible en lo que a transferencia informativa se refiere. Este principio está unido a máximas, como son las de Cantidad, Manera, Cualidad y Relación. La fidelidad a estas máximas por parte del hablante, así como su correcta interpretación por parte del oyente, dará lugar a una comunicación lo más clara y plena posible. Sin embargo, este principio de orientación transaccional se ve, en ocasiones, mermado, debido a la intención del hablante de ser cortés con el oyente. La tensión entre estas dos intenciones básicas estructura todo acto comunicativo. Esta última idea abre las puertas a los primeros estudios relacionados con la cortesía.



### 2.1.1.1.2. El primer enfoque pragmático: R. Lakoff<sup>6</sup>

La teoría de R. Lakoff supone el primer acercamiento al fenómeno de la cortesía desde un enfoque puramente pragmático. Como complemento a la máxima de manera de P. Grice (*sea claro*), propone una norma de cortesía (*sea cortés*), que gobierna ciertas situaciones conversacionales en las que no solo prima la mera transacción de información, sino también el especial estatus de los interlocutores y el aprecio mutuo.

“If the speaker’s principal aim is to navigate somehow or other among the respective statuses of the participants in the discourse indicating where each stands in the speaker’s estimate, his aim will be less the achievement of clarity than an expression of politeness, as its opposite.”  
(R. Lakoff 1973: 296)

Así, R. Lakoff define la cortesía como un sistema de relaciones interpersonales diseñado para facilitar la interacción minimizando el potencial de conflicto inherente a todo intercambio humano<sup>7</sup>. Es decir, puede que un hablante no sea lo suficientemente claro con el objetivo de evitar cierto agravio al oyente.

Esta estrategia cortés se explicita, según R. Lakoff, a través de tres reglas formuladas en forma de máximas, cuyo objetivo es evitar el conflicto en la conversación:

- *No te impongas.*
- *Ofrece opciones.*
- *Haz que tu interlocutor se sienta bien, sé amable.*

Culturas diferentes tienden a enfatizar una u otra regla. Por ejemplo, la cultura europea, comenta, tiende a subrayar la primera regla, por lo que posee una estrategia de distancia o impersonalidad. La cultura asiática tiende a enfatizar la regla segunda, así que se adhiere a una estrategia de deferencia o duda. La cultura americana, sin embargo, se acoge a una estrategia de camaradería e informalidad, ya que da más importancia a la tercera de las reglas.

Pero no solo la diferencia cultural afecta al predominio de alguna de estas reglas. El grado de relación entre los participantes provocará, igualmente, que prevalezca una u otra

<sup>6</sup> Entre sus estudios más relevantes, destacamos R. T. Lakoff (72, 73, 77, 79, 89, 90, 2005, 2007).

<sup>7</sup> R. Lakoff (1990:34): “[...] a system of interpersonal relations designed to facilitate interaction by minimizing the potential for conflict and confrontation inherent in all human interchange”

máxima en la conversación. Por ejemplo, la regla de *no te impongas* se tendrá más en cuenta en situaciones en las que relación entre los interlocutores sea de poca familiaridad. Por otro lado, la segunda regla (*ofrece opciones*) debe subrayarse cuando, a pesar de estar situados los interlocutores en una posición social similar, no hay confianza entre ellos. Finalmente, según comenta R. Lakoff, la máxima de *sé amable* tiende a dominar situaciones de familiaridad y confianza entre los participantes.

Teniendo en cuenta estas estrategias, enumera tres tipos de comportamientos desde el punto de vista de su teoría de la cortesía:

- Comportamiento cortés: se da en situaciones en las que el hablante utiliza estructuras que se adhieren a las normas de cortesía.

- Comportamiento no cortés: se da cuando un hablante no utiliza estrategias corteses en situaciones en las que el oyente tampoco las esperaría.

- Comportamiento descortés: se da en situaciones en las que el hablante no se vale de estrategias corteses mientras que el oyente sí las espera. Por ello, este interpreta la intención del hablante como una búsqueda consciente y voluntaria del conflicto entre ambos.

Diferentes autores han comentado la poca funcionalidad de estas reglas, así como su excesiva abstracción, ya que, como afirman M. E. Placencia y D. Bravo (2002) “no las ubica dentro de una teoría general del comportamiento o de la interacción social” (10). A pesar de ello, la labor de R. Lakoff ha supuesto una primera piedra sobre la que se sustentan todos los estudios posteriores que conforman el ingente edificio teórico de la teoría de la cortesía.

#### 2.1.1.1.3. *Las máximas de G. N. Leech*<sup>8</sup>

Para G. N. Leech, los estudios de la teoría de la cortesía deben afrontarse desde el marco de la retórica intercultural, no desde la semántica. De esta forma, opina que las estrategias corteses están regidas no por reglas descriptivas y absolutas, sino por principios normativos, que pueden convivir con otros y entrar en conflicto con estos. El sentido, descrito por la semántica, y la fuerza, definida por la pragmática, son fenómenos distintos pero no separados, ya que la fuerza incluye el sentido. Es decir, un acto de habla poseerá más o menos fuerza dependiendo de su sentido. A esta distinción suma G. N. Leech las funciones del lenguaje de M. A. K. Halliday consistentes en:

---

<sup>8</sup> Cf. G. N. Leech (1980, 1983, 1999, 2003, 2005).

- Función “ideacional”: la función del lenguaje consistente en tomar e interpretar la experiencia del mundo.
- Función interpersonal: función que regula las relaciones entre hablante y oyente.
- Función textual: función que regula la explicitación del lenguaje en textos concretos, orales o escritos.

La Semántica, por tanto, abarcaría la función “ideacional”, mientras que la Pragmática se ocuparía de las funciones interpersonal y textual; ambas tratarían de la codificación de actos de habla, pero la función textual cuidaría de la buena formación del texto en términos internos, mientras que la función interpersonal se ocuparía de que el mensaje se adecuara a la situación concreta, a la cooperación que exigen los participantes o al grado de cortesía requerido por estos.

El siguiente esquema tomado de G. Eelen (2001: 8) nos aporta una visión muy clara de las ideas de G. N. Leech (1983: 16, 58):

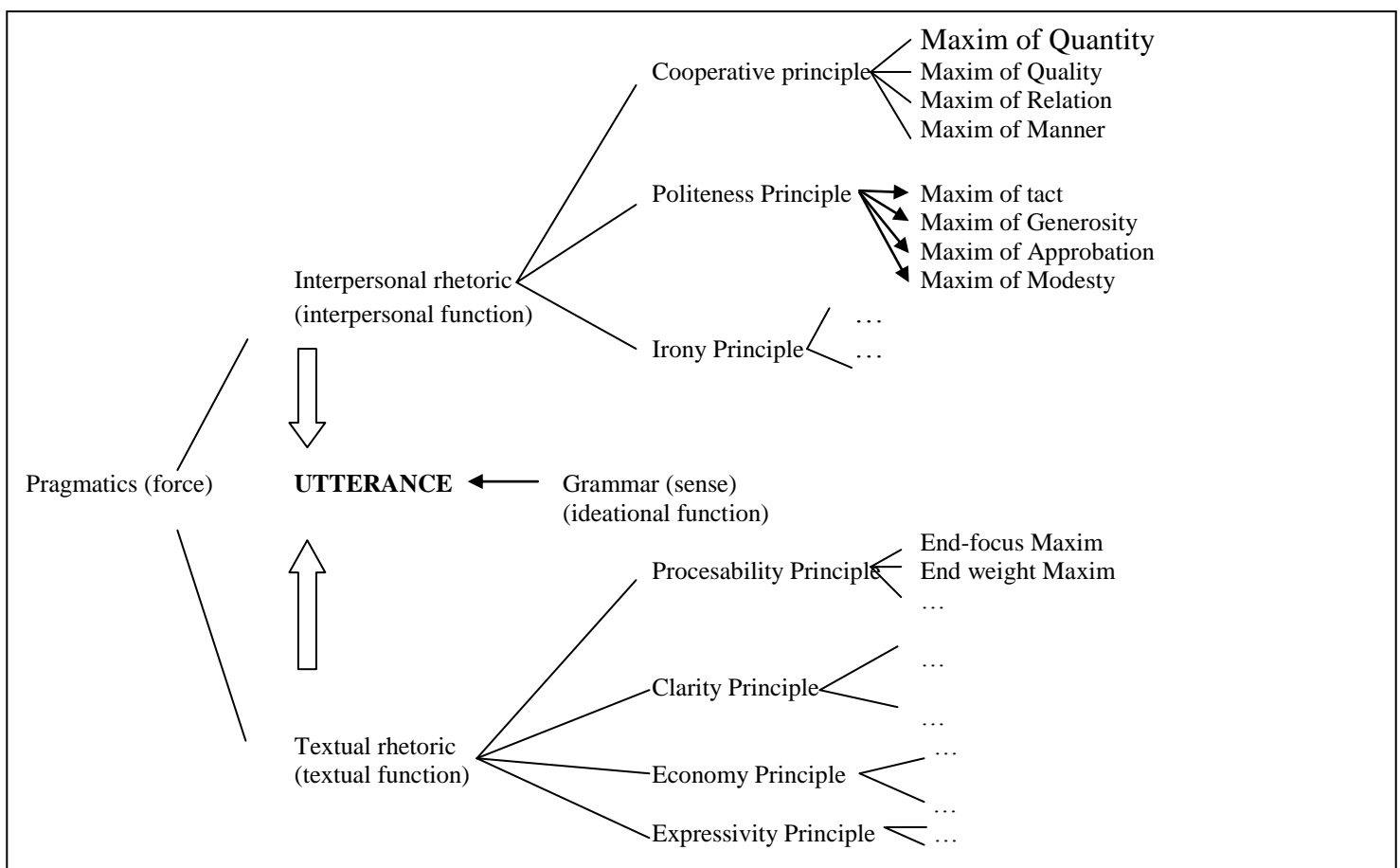


Gráfico.1 Pragmática según G. N. Leech (1983)

A las cuatro máximas de cortesía expuestas, añade dos más: la máxima de acuerdo y de simpatía -*Maxim of Agreement, Maxim of Simpathy*. En total, aporta seis máximas cuyo comportamiento se define siempre en una doble dirección economista de coste-beneficio:

- Máxima de tacto: consiste en minimizar el coste y maximizar el beneficio hacia el oyente.

- Máxima de generosidad: conlleva que el hablante minimice su propio beneficio, mientras que maximiza el del oyente.

- Máxima de aprobación: consiste en minimizar la crítica y maximizar las alabanzas hacia el oyente.

- Máxima de modestia: consiste en minimizar la propia alabanza y maximizar las críticas hacia uno mismo.

- Máxima de simpatía: se preocupa de minimizar la antipatía y de maximizar la simpatía entre hablante y oyente.

Pero G. N. Leech no da la misma importancia a todas las máximas. Para él, la cortesía es un fenómeno orientado, esencialmente, hacia el receptor, por lo que otorga un valor especial a máximas como la de tacto y aprobación, por encima de otras como la simpatía o la de modestia.

El grado de cortesía depende, según G. N. Leech, de la situación. Podemos encontrarnos ante situaciones donde no suele aparecer la cortesía, como las colaborativas o las conflictivas. Pero también pueden darse otras donde la cortesía adquiere más relevancia, como la de convivencia, donde debe predominar la cortesía positiva, es decir, aquella que favorece la especial situación del oyente, o la competitiva, donde debe predominar la cortesía negativa, es decir, aquella que evita las ofensas.

Del mismo modo, G. N. Leech describe la cortesía como un concepto escalar que depende de diversos factores. Tres de ellos, *el coste-beneficio, la autoridad y la distancia social* son tomados de la teoría de P. Brown y S. Levinson<sup>9</sup>; pero aporta dos variantes más para completar el esquema: la *opcionalidad*, referida al grado de elección que el hablante da al oyente, y la *oblicuidad o indirectitud*, que indica el volumen de trabajo impuesto a este último. Para G. N. Leech, las elocuciones indirectas tienden a ser más corteses, debido a que dan más opciones al receptor y a que la fuerza de las mismas se ve atenuada.

---

<sup>9</sup> Cf. (2.1.1.1.4.), donde trataremos el enfoque de estos autores.

“Indirect illocutions tend to be more polite (a) because they increase the degree of optionality, and (b) because the more indirect an illocution is, the more diminished and tentative its force tends to be” (G. N. Leech, 1983: 108)

Otra de las aportaciones de G. N. Leech que han tenido gran rentabilidad posterior es la división entre cortesía negativa y cortesía positiva. La cortesía negativa es aquella que se da en enunciados intrínsecamente descorteses, pero donde el hablante tiende a atenuar esta descortesía. La cortesía positiva, por el contrario, es propia de actos de habla propiamente corteses, y en ellas, el hablante intenta subrayar aún más esta cortesía. Del mismo modo, aporta la dicotomía cortesía absoluta/ cortesía relativa. La cortesía absoluta es aquella que es inherente a un acto de habla; la cortesía relativa, en cambio, es aquella que se da según un acto de habla concreto en una situación concreta. B. Lavandera (1988), R. Watts (2003) o M. E. Placencia-García (2007) critican esta idea sobre la existencia de actos de habla intrínsecamente corteses.

Autores como P. Brown y S. Levinson (1987 [1978]) o A. H. Jucker (1988) han puesto en cuestión la validez de la teoría de G. N. Leech, sobre todo en lo que se refiere a su aplicabilidad a conversaciones concretas<sup>10</sup>. En cuanto a sus máximas, estos autores creen que su número es arbitrario, ya que piensan que podría haber una máxima que origine cada pauta de habla que se distinga de la anterior. Tampoco comparten la idea de G. N. Leech de que la cortesía constituye un principio. Para ellos, el principio de cooperación (PC) no es una norma que el hablante puede elegir o desechar, sino una característica inherente al ser humano, que estaría situada en un nivel más profundo dentro de la mente, y que le permitiría resolver situaciones de conflicto.

Otros autores como G. Held (2005 [1992]) no comparten la idea de Leech de igualar oblicuidad a cortesía. Held cree que un acto de habla directo puede ser cortés siempre que la situación así lo permita, de la misma manera que un acto indirecto u oblicuo puede aparecer como descortés en determinados contextos. Esto lo corroboran autores como S. Blum-Kulka (1992) o A. Wierzbicka (1985), afirmando que en sus estudios sobre lenguas concretas el ser directo no conlleva ser descortés.

En sus últimos trabajos, G. N. Leech (2005) ha matizado ciertas ideas puestas en cuestión por diferentes críticos. En primer lugar, ha desechado la idea de la cortesía como un

---

<sup>10</sup> En otros estudios como los de R. Watts et al. (1992) y T. J. Taylor and D. Cameron (1987) también se considera que la teoría de G. N. Leech es demasiado teórica y difícilmente aplicable a la lengua real.

principio moral que todo hablante debe afrontar y que es esperado por el oyente. En segundo lugar, reformula sus máximas y las desarrolla dentro de una macro-estrategia global de cortesía que denomina *Grand Strategy of Politeness* (GSP), consistente en dar más prioridad a las necesidades del receptor por encima de las del propio hablante. Esta afirmación, como afirma E. Brenes Peña (2009e), “debe ser contrastada con estudios contrastivos e interculturales” (43).

A pesar de las diferentes críticas y matizaciones a la teoría de G. N. Leech<sup>11</sup>, las aportaciones de este permiten al investigador explicar un amplio abanico de motivos por los que aparece la cortesía en ciertos actos de habla, sobre todo los centrados en la cultura anglosajona. Es decir, el concepto de cortesía de G. N. Leech puede no servirnos para explicar la cortesía como un fenómeno universal, pero nos es de gran utilidad a la hora de definir aspectos concretos de cortesía en culturas específicas.

#### 2.1.1.1.4. *El concepto de imagen social. P. Brown y S. Levinson*

Los postulados teóricos de P. Brown y S. Levinson se han constituido como los más influyentes dentro de la teoría de la cortesía. Estos autores siguen el modelo de P. Grice (1975), pero su principio de cortesía posee diferencias con respecto al Principio de Cooperación (PC) griceano. P. Brown y S. Levinson ven la cortesía como un hecho que debe ser comunicado explícitamente, apartándose así de los parámetros abstractos y ajenos a lo social con los que Grice definía su PC.

P. Brown y S. Levinson (1987 [1978]) basan su andamiaje teórico en el concepto de *imagen*, ‘face’, tomado de E. Goffman (1967). Con este término se hace referencia a una cualidad que, según ellos, todo componente adulto de una sociedad posee, y que definen como “the public self-image that every member wants to claim for himself” (61). Esta imagen se divide, a su vez, en dos aspectos:

- La imagen negativa (*‘negative face’*), que se define como el derecho de cada uno de preservar su espacio y sus derechos. Entrarían aquí casos como la libertad de acción o el de la no imposición.

- La imagen positiva (*‘positive face’*), que se define como el deseo de los interactuantes de que su imagen sea apreciada y valorada.

---

<sup>11</sup> Las críticas más importantes son, quizás, las que ponen de manifiesto su marcado carácter etnocentrista.

Este concepto de imagen (*'face'*) ya era descrito en E. Goffman (1967) como una cualidad que se puede perder, mantener o aumentar en la conversación, así como que no debe ser descuidada por parte de los participantes, ya que puede verse amenazada en diferentes actos de habla.

Según P. Brown y S. Levinson, el concepto de imagen puede cambiar de una cultura a otra, sin embargo, es universal el mutuo conocimiento consistente en que cada miembro de una comunidad posee una imagen pública, y que posee la necesidad social de protegerla ante actos amenazantes.

Estos autores consideran que hay ciertos tipos de actos que son intrínsecamente amenazantes para la imagen de los interlocutores. Estos actos de amenaza o *'Face Threaten Acts'* (FTAs) pueden ir dirigidos en perjuicio de la imagen, bien del oyente, bien del hablante. Los actos de amenaza de la imagen del oyente aparecen en casos en que el hablante no respeta su libertad de acción. Por ejemplo:

- Actos que predicen un hecho futuro, y que de alguna forma presionan al oyente para que los realice: órdenes, peticiones, sugerencias, consejos, recordatorios, amenazas, advertencias y desafíos.

- Actos futuros que pueden suponer un efecto positivo en el oyente, por lo que este se ve presionado a aceptarlos, rechazarlos, o posiblemente le sitúan en el terreno de la duda: ofrecimientos o promesas.

- Actos que ponen de manifiesto que el hablante marca claramente un deseo acerca del oyente, lo que puede hacerle pensar que debe hacer algo para proteger su propia imagen: cumplidos, expresiones de envidia o admiración, odio, lujuria o ira.

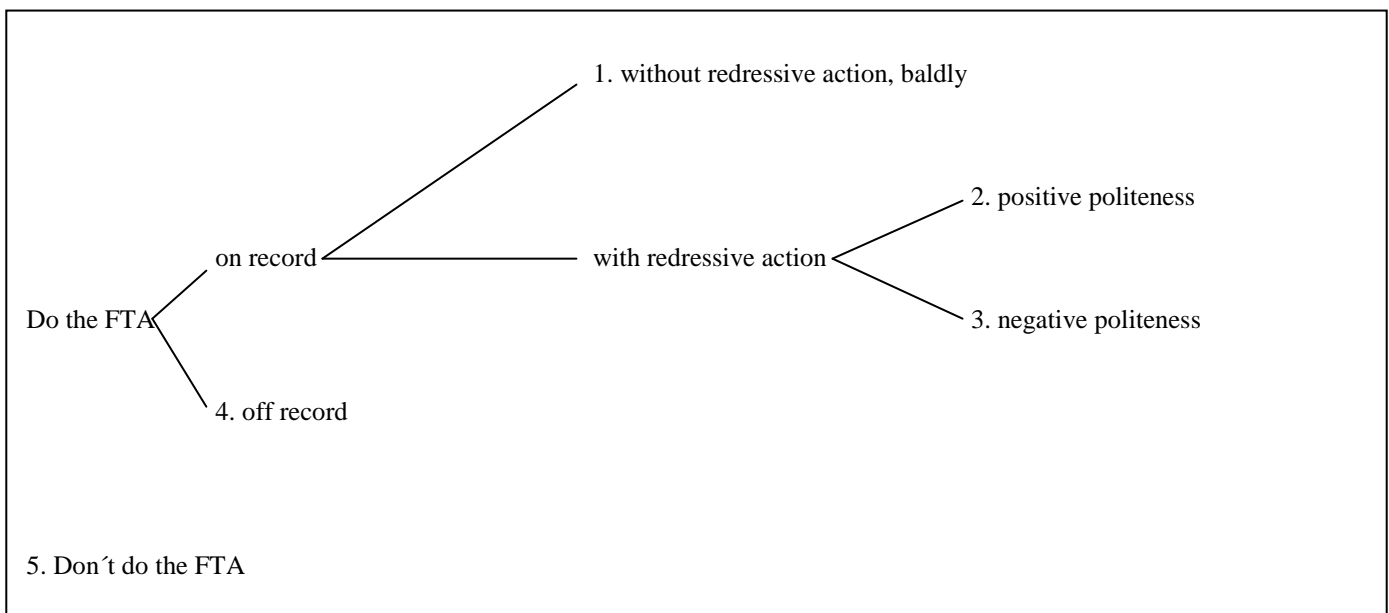
Otros actos, sin embargo, consisten en amenazar la necesidad de imagen positiva, es decir, surgen en casos en los que el hablante parece no tener en cuenta los sentimientos y necesidades del oyente. P. Brown y S. Levinson también aportan algunos ejemplos de este tipo de actos:

- Aquellos que ponen de manifiesto que el hablante evalúa de manera negativa algún aspecto de la imagen del oyente. Aquí citan las expresiones de desaprobación, críticas, desprecio o ridículo, así como quejas, reprimendas, acusaciones e insultos. También incluyen las expresiones de desacuerdo y los retos, en la medida en que suponen que el hablante ve algún aspecto del hablante como erróneo o equivocado.

- Aquellos que muestran que al hablante no le preocupa la imagen positiva del oyente. Aquí incluyen las expresiones violentas, irreverencias, alusiones a ciertos temas tabúes, el hecho de aportar malas noticias sobre el propio oyente, o, por el contrario, comentar buenas noticias sobre el hablante. También incluyen enunciados que aluden de manera emocionalmente peligrosa a temas religiosos, raciales o políticos, o a través de los que el hablante se muestra flagrantemente no cooperativo en la conversación. Por último, incluyen acciones como dirigirse al oyente en términos demasiado marcados cuando el grado de confianza es bajo.

Estos autores matizan que ciertos actos pueden solaparse, y pueden ser considerados como una amenaza tanto a la imagen negativa como a la positiva, como en el caso de las quejas o las interrupciones.

Según P. Brown y S. Levinson, toda persona posee la capacidad racional consistente en intentar evitar estos actos de amenaza de la imagen (FTAs), o, si no fuera posible, utilizar ciertas estrategias que suavicen dicha amenaza. Así, estos autores aportan un pormenorizado esquema de estrategias que pueden ser utilizadas en este sentido por el hablante<sup>12</sup>:



**Gráfico 2. Estrategias de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) para atenuar posibles amenazas a la imagen.**

---

<sup>12</sup> Cf. P. Brown-S. Levinson (1987[1978]: 69)



Una vez que el hablante decide realizar un acto intrínsecamente amenazante para la imagen del otro (*'do the FTA'*), puede expresarlo de una manera indirecta (*'off record'*). De este modo, el emisor no puede ser explícitamente culpado de dañar la imagen del receptor. Enunciados como *"hace mucho frío"* para indicar a alguien que cierre la ventana estarían dentro de esta estrategia.

En cambio, el hablante también puede elegir enunciar su mensaje directamente *"on record"*, de manera que la intención amenazante de este aparezca claramente y sin ninguna ambigüedad. Ante esta estrategia, el hablante puede tomar, a su vez, dos posturas:

- Expresar su enunciado sin rodeos, y sin aportar ningún tipo de compensación hacia el oyente (*'baldly, without redressive'*). Este sería el caso si el hablante, en la misma situación anterior, dijera directamente: "Cierra la ventana".

- Expresar su enunciado teniendo en cuenta la imagen del otro, mediante compensaciones que eviten o disminuyan su amenaza (*'with redressive action'*). En esta situación el hablante debe optar por elegir una estrategia de cortesía positiva o negativa. Si eligiera una estrategia de cortesía positiva, el hablante debe intentar que el oyente sea tratado amigablemente o incluido como miembro de un grupo. En nuestro ejemplo, el hablante podría enunciar lo siguiente: "Amigo mío, cierra la ventana". En el caso de que el hablante elija una estrategia de cortesía negativa, este debe mostrarse sin la intención (o con la mínima posible) de limitar la libertad de acción del oyente. Enunciar la petición con la estructura entonativa y sintáctica de una pregunta podría ser una estrategia de cortesía negativa: "¿Puedes cerrar la ventana?".

La elección de una u otra estrategia con la finalidad de eliminar o atenuar los actos amenazantes (FTAs) se da gracias a la *racionalidad* que todo hablante posee. Además, este podrá evaluar el grado de amenaza de una situación teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$\text{Riesgo } x = (D+P+G) \times$$

D es la distancia social entre los participantes, P es el poder relativo del destinatario con respecto al hablante, y G el grado de imposición de un determinado acto con respecto a la imagen. Así, cuanto más distancia haya entre los interlocutores, más poder tenga el oyente sobre el hablante y mayor sea el grado de imposición que se desprende del acto, será necesario una estrategia más cortés que pueda atenuar el 'FTA'.

P. Brown y S. Levinson desarrollan una amplia y exhaustiva descripción de estrategias lingüísticas que completarían el esquema anterior, es decir, estructuras a través de las que se

explicitaría cada estrategia más o menos cortés. Para ello se basan en tres lenguas: el tamil hablado en Sri Lanka, el tzeltal de los mayas de Chiapas y el inglés británico y americano. Fusionando y complementando los conocimientos de antropología de la profesora P. Brown y los aspectos más puramente gramaticales por parte del lingüista S. Levinson, nos encontramos ante una pormenorizada taxonomía contrastiva de diferentes estrategias corteses aplicadas a modelos situacionales variados.

El marco teórico de P. Brown y S. Levinson, debido a su concepto de un hablante modelo que posee racionalidad e imagen social, tiende a erigirse como universal. Por otro lado, lo social tiene enorme presencia en sus explicaciones, por ejemplo, al distinguir los diferentes tipos de relaciones sociales, tipos de imagen o de estilos de cortesía. Pero el corpus central de su teoría, es decir, la existencia de una imagen negativa y positiva, los 'FTAs', así como la racionalidad intrínseca asignada a los participantes, son aspectos que están enunciados como universalmente válidos. Este sentido universal y etnocentrista ha sido ampliamente criticado por numerosos autores<sup>13</sup>. Bien es cierto que Brown y Levinson hacen hincapié en la importancia de lo cultural a la hora de realizar ciertas estrategias, así como en el grado de conformar la imagen positiva y negativa, pero su manera de tipificar los FTAs nos parece demasiado rígida y general, ya que, según estos autores, estos pueden interpretarse como amenazantes sin tener en cuenta un análisis de la sociedad, sus valores, o el contexto concreto en el que se han originado. Por ello, este planteamiento nos parece poco eficaz. Lo que en una cultura puede estar considerado cortés puede que en otra sea una estrategia agresiva o poco adecuada. De la misma manera, esta misma estrategia puede erigirse como descortés incluso dentro de la misma cultura si una determinada situación así lo impone. A esta circunstancia se debe que no sea nada fácil interpretar pragmáticamente la (des)cortesía en hablantes no autóctonos, ya que, además de aprender la lengua, deben ir adquiriendo el peso cultural y social que esta transmite.

En este sentido, son muy interesantes las aportaciones que diferentes autores han realizado sobre lenguas de culturas bastante dispares y alejadas<sup>14</sup>. Y. Matsumoto (1988), por ejemplo, señala que la cultura japonesa tiende lingüísticamente al distanciamiento y a la reserva, no por sobreproteger su propio terreno, sino por respeto hacia el otro y deseo de

---

<sup>13</sup> Cf. Y. Matsumoto (1988), S. Ide (1989), T.S. Lim- J. Bowers (1991), L. Mao (1994), M. E. Placencia (1996, 1998), H. Spencer Oatey (1996, 2000), D. Bravo (1996, 1999a, 2001, 2003b, 2003c, 2004), S. Boretti (2001), N. Hernández Flores (1999), C. Kerbrat- Orecchioni (2004).

<sup>14</sup> Véanse los estudios de M. E. Placencia (1996), O. Nwoye (1992), Y. Gu (1990), C. Kerbrat- Orecchioni (1996), S. Boretti (1996, 2001).

agradarle. Es decir, este comportamiento lingüístico no puede explicarse, como señalarían P. Brown y S. Levinson, debido a estrategias de cortesía negativa, deseo de proteger su libertad de acción, sino a la intención de asignar una posición preferente a los miembros del grupo.

La enorme acogida de los postulados de P. Brown y S. Levinson ha ido acompañada, irremediabilmente, de otro tipo de críticas. Uno de las salvedades más repetidas es, al igual que le sucedió a G. N. Leech (1983), la excesiva generalización a la hora de igualar lo enunciado indirectamente y lo cortés. K. T. Werkhofner (2005 [1992]), por ejemplo, afirma que un acto de habla indirecto puede ser descortés solo si el contexto así lo impone. Por otro lado, pone de manifiesto el vacío social y contextual del desarrollo de P. Brown y S. Levinson a la hora de analizar las unidades.

Por otra parte, autores como R. Watts (2003) han criticado la incompatibilidad entre el marco teórico de P. Grice y el de P. Brown y S. Levinson. El principio de cooperación griceano en el que se basan Brown y Levinson parece resultar útil tan solo cuando estos autores tratan ejemplos de actos colaborativos. Sin embargo, su operatividad queda anulada cuando deben estudiarse actos de naturaleza conflictiva.

Los estudios de J. A. Meier (1995) intentan invertir algunos conceptos de la teoría de P. Brown y S. Levinson. Al contrario que estos, de sus análisis se desprende que la cortesía puede ser un acto primario por sí mismo, y no solo un acto secundario ligado a las actividades atenuantes de los actos de amenaza (FTAs).

Roger D. Sell (1992) afirma que existen los actos de amenaza a la imagen social (FTAs), pero, al contrario de lo que defendían P. Brown y S. Levinson, la cortesía no solo puede producirse como una respuesta a este tipo de actos. Así, este autor ve la cortesía como un sub-acto dentro del conjunto de interacciones humanas que está marcado social e históricamente. Debemos señalar como novedosa la idea de que la sociedad no solo impone al hablante convenciones corteses. Puede que haya contextos donde la norma social sea la descortesía, y esto debe tenerse en cuenta. B. Lavandera (1988) también critica el rechazo de estos autores de estrategias corteses como actos de habla normativos en determinados contextos.

A. Bayraktoroğlu (1991) añade a los FTAs de P. Brown y S. Levinson los FBAs, o actividades de realce de la imagen social. Estas se darían en contextos en los que alguno de

los participantes en la conversación ha sufrido daños en su imagen. Estos actos, por tanto, tienen la finalidad de resolver el desequilibrio<sup>15</sup> que se produce en este tipo de situaciones.

De la misma manera, tampoco se ha considerado muy acertada la interpretación de estos autores del concepto de imagen *'face'* tomado de E. Goffman (1967). Reducir el concepto de imagen social tan solo a las llamadas manifestaciones de cortesía es una simplificación que muchos estudiosos no comparten. D. Bravo (2002), por ejemplo, cree que todo ejercicio de imagen no tiene por qué estar ligado a la cortesía. Distingue, por tanto, entre actividad de imagen, en la que el hablante se preocupa de su propia proyección ante los demás, y actividad de cortesía, dirigida a cuidar la imagen del receptor, evitando así el conflicto.

La teoría de J. O'Driscoll (1996) tiene como finalidad revisar el concepto de imagen (*face*) propuesto por P. Brown y S. Levinson (1987[1978]). Su crítica se basa en un enfoque intercultural, y predica que, frente a la dualidad descortesía positiva/negativa, debemos llegar a una noción gradual del concepto de imagen.

Otra de las críticas versa sobre el intento de cuantificar el factor social en las tres variables P (poder), D (distancia) y R (relación). R. Watts et al. (1992) y K. T. Werkhofner (1992) rechazan esta formulación, debido a la imposibilidad de procesar estas variables. Para M. A. Locher (2004) estas tres variantes poseen una crucial influencia en las realizaciones corteses, aunque considera pertinentes estas críticas sobre la simplificación del modelo de Brown y Levinson.

“I think the criticism of oversimplification is also valid because the social and the situational context is of such complexity that three variables which are supposed that include all aspect seem insufficient.” (M. A. Locher, 2004: 69)

Autores como K. T. Werfhofer (1992) y A. Bayraktaroglu (1991), entre otros, han subrayado el vacío con respecto a la figura del receptor en el marco teórico de Brown y Levinson. En este sentido, tildan sus teorías de poco dinámicas, y ocuparse tan solo del aparato cognitivo del hablante, por ejemplo, a la hora de describir las formas en que este intenta evitar los *'FTAs'*, olvidando sistematizar las consecuencias de estos sobre el oyente. En referencia a este estatismo, autores como G. Casper (1990), A. Bayraktaroglu (1991), T. Holtgraves (1992), L. Mao (1994), T. Hayashi (1996) o R. Watt (2003) han criticado el hecho

---

<sup>15</sup> Concepto que proviene del “interaccional disequilibrium” de E. Goffman (1967).

de que estos autores hayan centrado su análisis en enunciados aislados, no en el devenir cambiante de la conversación, donde los significados y las intenciones pueden ir variando, ya que existe negociación. De esta forma, y como se deduce de estudios como los de N. Coupland-K. Grainger-J. Coupland (1988), B. Lavandera (1988), M. E. Placencia (1996) o R. Watts (2003), pueden darse en un mismo acto de habla diferentes estrategias con desigual grado de cortesía.

Otro de los puntos más discutidos sobre la teoría de estos autores tiene que ver con la llamada “tiranía del conflicto” (B. Lavandera 1989). Autores como K. T. Werkhofer (1992) dudan de la intención intrínsecamente conflictiva del hablante en la conversación, tal y como aparece en P. Brown y S. Levinson (1987[1978]). Es decir, no debemos confundir el riesgo de pérdida de imagen social, que puede darse en toda conversación, con la intención conflictiva que Brown y Levinson asignan a los participantes de una comunicación<sup>16</sup>. En este sentido, G. Aston (1988) fue uno de los primeros autores que define la cortesía como una actividad de realce de la imagen sin la necesidad de que aparezca amenaza alguna<sup>17</sup>.

También nos encontramos con críticas en lo estrictamente terminológico. En este sentido, ha suscitado mucha problemática el término *imagen*. Hay autores que piensan que lo que en el acervo popular entendemos como imagen se identifica con la imagen positiva de P. Brown y S. Levinson. Así, puede haber una transferencia o confusión entre el término común y el tecnicismo, con el riesgo de simplificar el significado del mismo, asignando a imagen tan solo aquella característica que se preocupa de tener en cuenta los sentimientos e imagen social del oyente en la sociedad, es decir, lo que estos autores denominaron imagen positiva. Por ello, autores como R. Scollon- S. Scollon (1981) y H. Haverkate (1998a) han acuñado el término de cortesía de solidaridad. Para la imagen negativa, en cambio, se ha escogido el término de cortesía de deferencia (R. Scollon- S. Scollon, 1981) o de distanciamiento (H. Haverkate, 1998a).

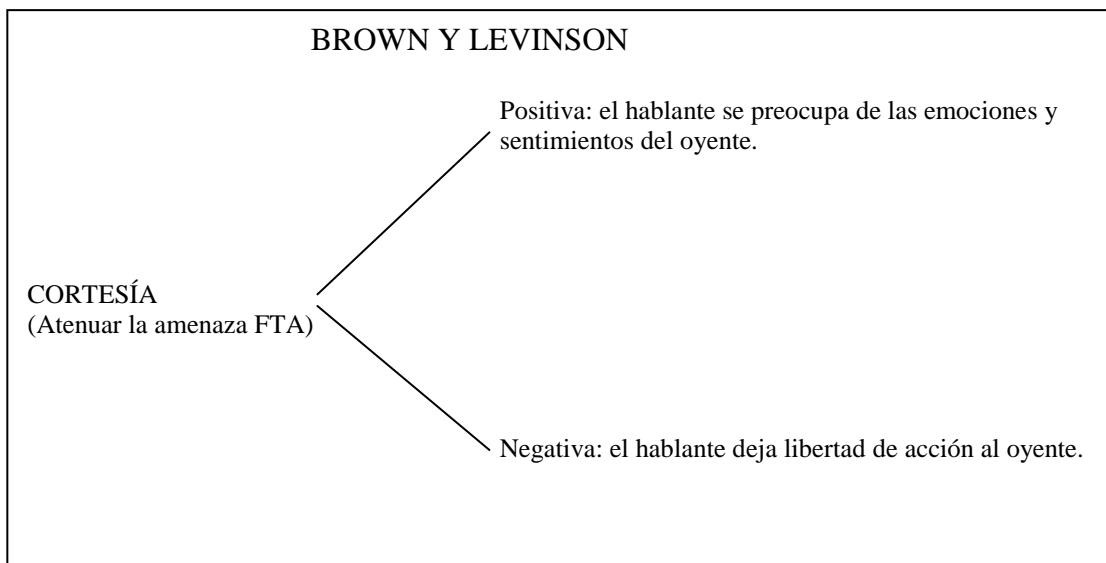
En esta misma línea, hay autores que discrepan de la idea de Brown y Levinson sobre que la cortesía solo se consigue atenuando posibles actos amenazantes, los llamados FTAs. Así, C. Kerbrat-Orecchioni (1992, 1996, 2004) complementa estos actos con los actos de alabanza (FFAs o *face flattering acts*). De este modo, usa los términos de cortesía positiva y

---

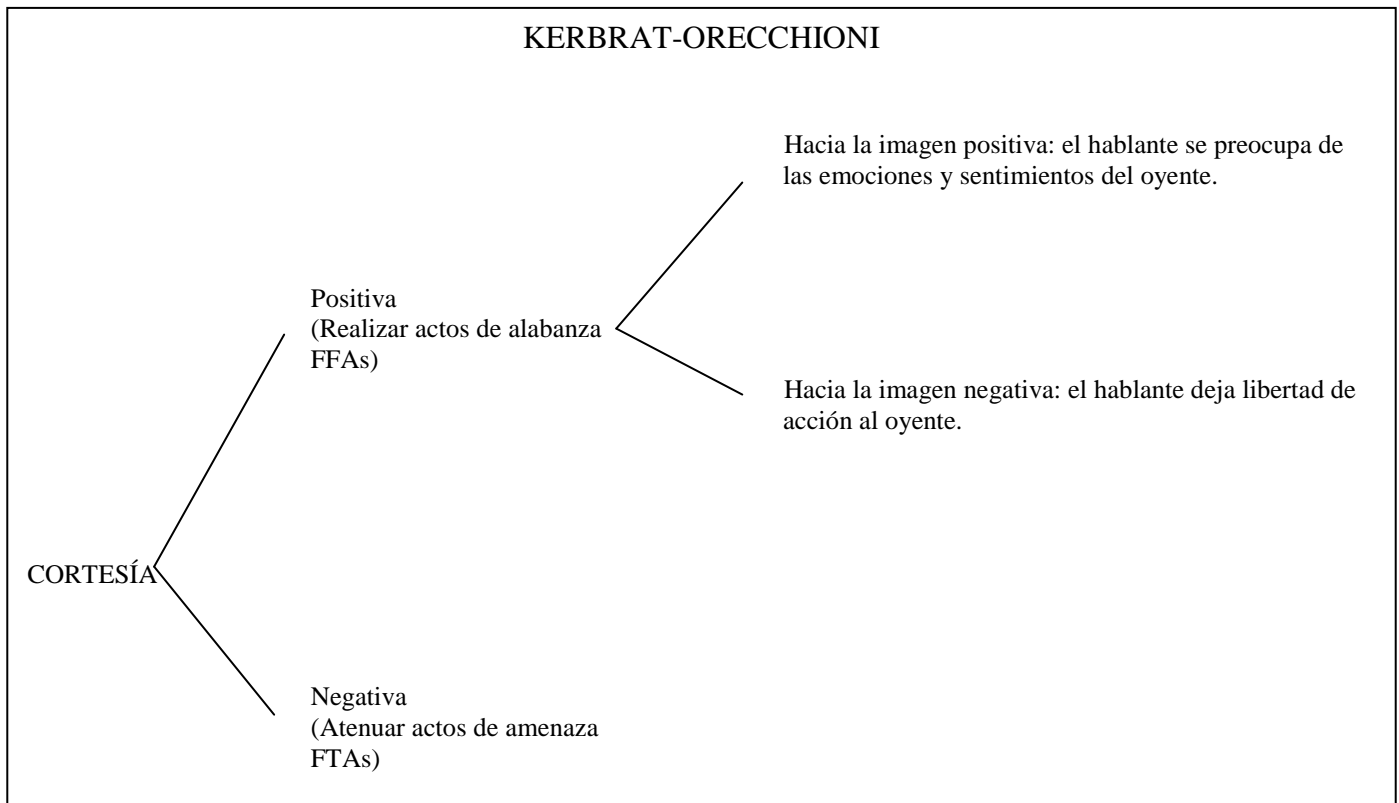
<sup>16</sup> Cf. R. Scollon-S. Scollon (2001): “However, it is important not to confuse a speaker’s intention with the fact all communication involves a certain risk to face”. (48).

<sup>17</sup> M.A: Placencia – C. García (2007): Aston was among the first to highlight the face-enhancement function of politeness without the existence of a face threat” (9).

negativa, pero con diferente significado al de P. Brown y S. Levinson. Para C. Kerbrat-Orecchioni, la cortesía positiva es aquella que se produce debido a la relación de estos actos de alabanza hacia el receptor (FFAs); la cortesía negativa, en cambio, es aquella que se produce gracias a la atenuación de los actos de amenaza (FTAs), es decir a lo que Brown y Levinson llamaron simplemente cortesía. Así, en la conversación puede darse una cortesía positiva orientada hacia la imagen social positiva o negativa del oyente. O, por otro lado, una cortesía negativa orientada, igualmente, hacia la imagen social positiva o negativa del oyente.



*Gráfico 3. Clasificación de los actos corteses según P. Brown y S. Levinson (1987[1978])*



**Gráfico 4. Clasificación de los actos corteses según C. Kerbrat-Orecchioni (1992, 1996, 2004)**

Pero, por encima de las diferentes críticas, el trabajo de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) supone el más influyente marco teórico dentro del cuerpo de estudios de la (des)cortesía verbal, sobre todo dentro de los enfoques pragmáticos. Por todo ello, y como afirma G. Eelen (2001), “the names of Brown y Levinson have become almost synonymous with the word ‘politeness’” (3).

#### 2.1.1.2. Estudios posteriores. Primeros pasos hacia la superación del etnocentrismo

##### 2.1.1.2.1. El contrato conversacional de Fraser y Nolan<sup>18</sup>

Según el contrato conversacional de B. Fraser y W. Nolan, los participantes en una conversación poseen un paquete de derechos y deberes que se espera que cumplan. Estos

<sup>18</sup> Entre sus publicaciones destacamos B. Fraser (1980, 1990, 2010) y B. Fraser- W. Nolan (1981).

derechos y deberes no son estáticos, sino que pueden ir negociándose y renegociándose a lo largo del tiempo, o pueden, del mismo modo, modificarse debido a un cambio en la situación. Estos derechos y deberes se establecen desde diferentes puntos de vista. Desde un punto de vista convencional, tienen que ver con usos naturales en la conversación, como respetar el turno de palabra o la intensidad de voz en una conversación. Desde un punto de vista institucional, tomamos en cuenta los derechos y obligaciones impuestos por una determinada institución, por ejemplo, la prohibición de hablar en la iglesia, o las pautas que debe seguir un parlamentario. Desde un punto de vista situacional, los participantes deben prestar atención a factores como la evaluación de los distintos roles conversacionales, la distancia o el poder social. Por último, se hace referencia a estos derechos y deberes desde un punto de vista histórico, es decir, teniendo en cuenta las anteriores conversaciones ente este hablante y este oyente.

B. Fraser y W. Nolan comentan, por tanto, que la cortesía consistiría en respetar los derechos y deberes de este contrato. Si no lo hacemos, estaríamos actuando de manera descortés. Para estos autores lo cortés corresponde al comportamiento no marcado, mientras que lo descortés sería lo marcado, lo que llama la atención.

A diferencia de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), estos autores no asocian la cortesía con ninguna forma lingüística en particular. En este sentido, debemos destacar la importancia que asignan a la figura del receptor. Para ellos solo el oyente puede interpretar un acto de habla como más o menos cortés. Autores como B. Lavandera (1988) se muestran de acuerdo con esta idea de que no existe acto de habla intrínsecamente (des)cortés. Sin embargo, otros autores como C. Kerbrat-Orecchioni (1997) se distancian, y afirman que hay estructuras intrínsecamente más corteses que otras, por ejemplo, el enunciado “gracias”.

Más allá de la validez de sus planteamientos, E. Brenes Peña (2009e) difiere de estos autores, en el sentido de que no considera cortés un comportamiento que se ajuste a lo socialmente esperado. Este tipo de comportamiento lo califica ella como neutral desde un punto de vista de la cortesía, es decir *no- cortés no- descortés*.

A pesar de estas críticas, los estudios de B. Fraser y W. Nolan han supuesto un avance considerable a la hora de analizar la cortesía no desde oraciones abstractas, sino a partir de actos comunicativos concretos en los que el contexto y la figura del receptor son factores esenciales. Por ello, numerosos autores se han visto influidos por las propiedades de este *contrato conversacional*. Es el caso, por ejemplo, de K. T. Werkhöfer (1992), cuya teoría



está desarrollada desde un punto de vista económico. Partiendo de esta base, la cortesía, como el dinero, supone un medio simbólico basado en valores sociales creados a partir de las ideas de orden social e identidad social. Estas ideas son las que determinan los derechos y obligaciones de hablante y oyente en una transacción conversacional.

La cortesía, por tanto, posee un determinado peso histórico y social, y, más allá de la libre elección del hablante en la conversación, este debe tenerlo en cuenta a la hora de comportarse. Matiza K.T. Werkhofer que estos derechos y deberes no son absolutos, sino que pueden irse negociando a lo largo de la interacción.

En la misma línea, K. Ehlich (1992), distingue entre conceptos que existen en la sociedad y conceptos puramente científicos, y continúa afirmando que la cortesía es una cualidad de un acto de habla que crea un hablante hacia un oyente, y debe ser calificado como tal por parte de una tercera parte que representaría a la sociedad. El conocimiento de estas normas por parte del hablante no es innato, sino que debe ser aprendido en cada cultura.

#### 2.1.1.2.2. El relativismo cultural de L. Fant<sup>19</sup>

El modelo de L. Fant tiende a superar los estudios etnocentristas mediante un cierto relativismo cultural. En sus estudios se desprende que existe una serie de conceptos universalmente admitidos, pero este relativismo supondría que los miembros de una u otra cultura le asignarían más o menos relevancia según los hábitos y costumbres que esa civilización tienda a primar.

Según L. Fant, las estrategias conversacionales que los hablantes llevan a cabo para encontrar la cortesía pueden variar de una sociedad a otra. Un hablante sueco, por ejemplo, tenderá a utilizar estrategias de cortesía negativa, a las que L. Fant denomina *autonomy face*. Un hablante español, sin embargo, tenderá en mayor medida a expresar estrategias de imagen positiva, o *affiliation face*. A estos conceptos extraídos directamente de la teoría de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), L. Fant añade un tercer tipo de imagen, *esteem face*, gracias a las que el hablante pretende ser considerado en un estado elevado dentro de un grupo, por lo que debe ser respetado por todos sus miembros. Este autor ejemplifica su teoría a través de enunciados correspondientes a hablantes del español de México. En la medida en que

---

<sup>19</sup> Pueden consultarse sus estudios: L. Fant (1989, 1992, 1995, 1996, 1999, 2000, 2001, 2005, 2007a, 2007b), L. Fant -L. Granato (2002), y L. Fant-A. Grindsted (1995).

miembros de diferentes culturas conversan entre sí, esta diversidad en las estrategias puede dar lugar a la confusión y al conflicto.

Además de esta clasificación, L. Fant defiende que el deseo por parte del hablante de tener imagen proviene de su necesidad de sentirse miembro de un grupo, así como acogido dentro de este. Por ello, se distinguen cinco tipos de necesidades de imagen:

- Imagen de semejanza, es decir, el deseo de parecerse a los demás miembros del grupo.
- Imagen de cooperatividad, o deseo del hablante de sentirse útil dentro de ese grupo.
- Imagen de excelencia, consistente en el deseo del hablante de mostrar sus cualidades.
- Imagen de rol o de identidad relacional, que consiste en afianzar su función específica dentro de un grupo
- Imagen de jerarquía, o necesidad de fijar su posición en relación a los demás miembros del grupo.

El hablante deberá realizar diferentes tipos de actos relacionados con la gestión de la imagen:

- Gestión de la autoimagen, es decir proteger su propia imagen o la del grupo del que se hace eco; a esto lo llama *autoimagen ajena*.
- Gestión de la *aloimagen*, o protección de la imagen social de su interlocutor o de aquellos que se ven representados por él.
- La afirmación de derechos propios
- El respeto a los derechos de los demás

Así, y resumiendo lo anterior, en la gestión de las relaciones interpersonales debemos diferenciar entre:

- Actividades orientadas hacia el emisor o *autocéntricas*, de las de las que van dirigidas al receptor, o *alocéntricas*.
- Actividades constructivas, que son aquellas diseñadas para mantener imágenes y derechos, de las destructivas, que pretenden eliminar o debilitar estos mismos.
- Actividades afirmativas, que pretenden afrontar ciertos efectos sociales, de las negativas, cuya intención es eludir efectos anticipados.

En definitiva, este estudio pone de manifiesto la compleja red de factores que un analista debe tener en cuenta a la hora de investigar el fenómeno de la (des)cortesía. De esta manera podemos apreciar la excesiva generalización de algunos enfoques anteriores con

pretendidas aspiraciones universalistas, como es el caso de los postulados de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]).

### 2.1.1.3. La cortesía como norma social

Una vez superado el etnocentrismo propio de los estudios fundacionales, todos los autores posteriores han otorgado cierta importancia al factor social en sus análisis. A partir de esa idea, trataremos en este apartado la teoría de algunos investigadores que ven en el factor social la principal motivación que rige todo acto de habla cortés, por encima de factores individuales, conversacionales y cognitivos.

#### 2.1.1.3.1. La mediación social de R. Scollon- S. Scollon<sup>20</sup>

Para estos autores la conversación es vista no solo como un medio de trasvase referencial, sino como un sistema de mediación social. Su teoría recoge algunos postulados teóricos de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) y los desarrolla de una manera más simple y funcional. Además, aportan el concepto de *involvement*, que consiste en el deseo del hablante de verse integrado en un grupo. Al *involvement* añaden el concepto de *independence*, que definen como la necesidad del hablante de mantener su propio espacio, su personalidad dentro ese grupo. Estas ideas están muy relacionadas con los conceptos de *imagen de autonomía* e *imagen de afiliación* de D. Bravo (1999a).

Según estos autores, a esta pretensión por salvaguardar la imagen hay que añadir las variables de poder (P) y distancia (D). Como resultado, obtendríamos tres sistemas de cortesía:

A) Sistema de deferencia: se define en términos de menos poder y más distancia (-P +D). Aquí predominarían estrategias de independencia.

B) Sistema de solidaridad: se define en términos de menos poder y menos distancia (-P -D). Se utilizarían aquí estrategias de *involvement* para expresar la cercanía entre los participantes.

---

<sup>20</sup> Su teoría se ha resumido a partir de los siguientes estudios: R. Scollon-S. Scollon (1983,1995, 2001).

C) El sistema de jerarquía. Se define en términos de más poder y menos distancia (+P -D). Aquí el interlocutor que posee mayor poder utilizaría estrategias de compromiso, mientras que los otros optarían por estrategia de independencia.

Debemos matizar que los conceptos de *involvement* e *independence* acuñados por R. Scollon-S. Scollon son interpretados de una manera flexible y abierta. Así, cada cultura tendrá sus propias estrategias a la hora de llevar a cabo estas dos necesidades de imagen.

#### 2.1.1.3.2. El comportamiento “apropiado” (*politic*) de R. Watts<sup>21</sup>

Para R. Watts, el deseo de evitar conflictos mediante comportamientos lingüísticos es universal y, además, exclusivo del ser humano; sin embargo, cada cultura tiene sus propias fórmulas para llevar a cabo este objetivo.

En sus planteamientos teóricos utiliza el concepto de comportamiento político, *politic behaviour*, que se refiere a un comportamiento socialmente determinado con el objetivo de establecer o mantener el equilibrio existente entre un individuo y la sociedad en la que convive. La cortesía para este autor, es, por tanto, un caso especial dentro de este comportamiento político.

R. Watts distingue entre grupos sociales con un sistema de comunicación cerrado o abierto<sup>22</sup>. Los grupos cerrados son aquellos en los que el interés del grupo está por encima del individual, mientras que en los grupos abiertos el “yo” está por encima del “nosotros”. Esta distinción está muy en línea con los conceptos de S. Ide<sup>23</sup> de *volition* y *discernement*, cuya teoría diferencia culturas como la japonesa, donde la cortesía es un fenómeno de imposición social, de otras comunidades donde el hablante percibe la cortesía como una voluntad de elección. Pues bien, para R. Watts, los grupos cerrados se relacionan con el *discernement* de S. Ide, mientras que en los abiertos los hablantes usarían en mayor medida estrategias de elección o voluntad (*volition*). La identificación total de una cultura con uno de estos grupos no suele darse. Es más, comenta Watts que podemos encontrar grupos cerrados en comunidades donde predomina la voluntad (*volition*), o grupos abiertos en un pueblo caracterizado por las estrategias de “buen gusto” o *discernment*. Pero R. Watts se diferencia de S. Ide en que solo considera cortesía a las estrategias de voluntad (*volition*), mientras que a

---

<sup>21</sup> Pueden consultarse sus estudios, R. Watts (1999, 2003, 2005a, 2005b, 2008).

<sup>22</sup> Esta idea proviene de los estudios de B. Bernstein (1971)

<sup>23</sup> Exponemos claramente estas ideas de S. Ide en el apartado (2.1.1. 3.3.2.)

las de “buen gusto” o *discernment* las llama comportamiento “apropiado” o políticamente correcto (*politic behaviour*). Así, la cortesía es definida por R. Watts como parte del comportamiento “apropiado” que está explícitamente marcado y convencionalizado.

Dentro de las estrategias de cortesía, según este autor, encontraríamos fórmulas de comportamiento con un alto grado de ritualización, o estrategias para mantener o proteger la imagen social, haciendo relación con esto a los actos atenuantes de la amenaza de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]).

Así, R. Watts considera que muchas de las estrategias que otros autores han tomado como corteses se sitúan realmente dentro de su *politic behaviour*, que es la forma no marcada del comportamiento convencionalmente apropiado, y del que la cortesía sería una subcategoría. Continuando su argumentación, mientras que el comportamiento no político (*non politic behaviour*) es una desviación negativa del comportamiento político (*politic behaviour*), la cortesía, en cambio, es una desviación positiva de este, más correcta y apropiada aún.

Para R. Watts, la cortesía es una estrategia consciente que el hablante utiliza con el objetivo de influir de manera positiva en la opinión del oyente. De esta manera, nos alerta de la finalidad argumentativa que va ligada a la cortesía.<sup>24</sup>

En estudios posteriores, R. Watts y M. A. Locher<sup>25</sup> han desarrollado una teoría general del comportamiento humano bajo el nombre de *relational work*, dentro de la cual encontraríamos el comportamiento cortés. Estos autores critican la interpretación restringida que hacen P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) a partir del concepto de *face* de E. Goffman, ya que, afirman, la imagen no reside únicamente en lo individual, sino que también hay que tener en cuenta el factor externo o social:

“For Goffman face does not reside inherently in an individual, as would appear to be the case in interpretations of Brown and Levinson, but is rather constructed discursively with other members of the group in accordance with the line that each individual has chosen.” (M. A. Locher- R. Watts, 2005: 12)

---

<sup>24</sup> C. Fuentes Rodríguez (2008) trata con profundidad esta relación entre la argumentación en la lengua y la cortesía verbal.

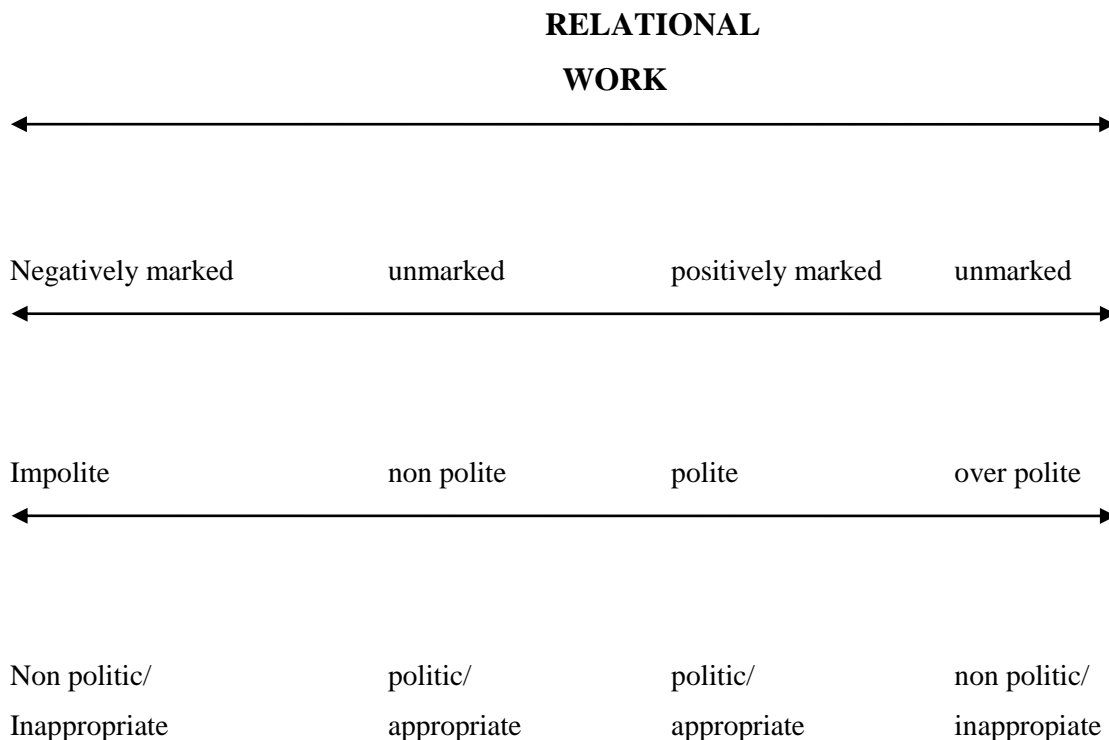
<sup>25</sup> Cf. M. A. Locher- R. Watts (2005).

De estas palabras se deduce que cada individuo puede adquirir múltiples máscaras o imágenes (*faces*), dependiendo de la situación.

Según M. A. Locher y R. Watts, las actividades de imagen no solo sirven para explicar el comportamiento correcto, sino también los casos en los que el acto de habla no se orienta hacia la armonía, la cooperación y el equilibrio social:

“Especially in accordance with Brown and Levinson’s Politeness Theory, “facework” has been largely reserved to describe only appropriate and polite behavior with a focus on face-threat mitigation, at the exclusion of rude, impolite and inappropriate behavior. To avoid confusion and in favor of clarity we adopt “relational work.” (M. A. Locher-R. Watts, 2005: 11)

Así, estos autores describen su *relational work* como un *continuum*, como podemos ver en este cuadro extraído de M. A. Locher y R. Watts (2005: 11), adaptado de otro que aparece en M. A. Locher (2004: 90):



**Gráfico 5. “Relational work” de M. A. Locher y R. Watts (2005)**

Como observamos en este gráfico, el comportamiento cortés siempre es comportamiento político o correcto, pero el comportamiento político puede ser no cortés. Es decir, lo ideal para el acuerdo en la interacción no tiene que ser lo cortés, también podemos encontrar situaciones en las que lo no cortés sea lo apropiado. Del acercamiento al comportamiento humano que hacen estos autores a través de su *relational work* podemos deducir, por tanto, que no podemos interpretar ninguna estrategia, a priori, como cortés sin tener en cuenta la norma situacional en las que esta se inserta. Por tanto, M. A. Locher y R. Watts (2005) afirman que “[...] no utterance is inherently polite” (29).

#### 2.1.1.3.3. Estudios de cortesía centrados en lenguas concretas

Numerosos autores han estudiado el fenómeno cortés ligado a una lengua concreta, y, por tanto, teniendo en cuenta la carga social y cultural que una determinada comunidad posee. Su objetivo es, por tanto, extrapolar estas características a otras culturas, e incorporarlas de esta forma a una teoría universal de la cortesía. Su pretensión ha consistido en poner de manifiesto, por un lado, la variabilidad del hecho cortés, por otro, el enorme peso de la cultura y la sociedad en el momento en el que este es emitido e interpretado.

##### A) La cortesía como norma social en chino. Yueguo Gu

La teoría de Y. Gu (1990) se basa en el concepto chino de la cortesía, y su novedad radica en la introducción, dentro de este marco teórico, de un posicionamiento que conecta la cortesía con las normas sociales. Sus estudios se basan en el principio de cortesía de G. N. Leech (1983), que describían el comportamiento cortés como una serie de máximas y principios que rechazan toda naturaleza moral o ética. Por ello, describía sus máximas en términos de variables descriptivas, no normativas. Sin embargo, Gu defiende que la naturaleza de la cortesía en la sociedad china es esencialmente moral y prescriptiva.

Desde estos parámetros, su teoría ataca también los postulados teóricos de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), argumentando que un hablante cortés chino no está regido por necesidades psicológicas, como argumentaban estos autores, sino por normas establecidas por la sociedad.

Por último, Y. Gu (1990) opina que dentro del principio de cortesía encontramos un principio de equilibrio, que regularía la cortesía recíproca entre los interlocutores, partiendo del coste-beneficio que ambos ponen en juego.

Esta teoría está íntimamente relacionada con los estudios de W. R. Kelley (1987), de base semiótica, y claramente influenciada por la teoría de R. Jakobson (1984). Este autor centra su teoría de la cortesía en la existencia de tres sistemas de normas: respeto, tacto y etiqueta. La cortesía se encontraría dentro del sistema de respeto. El sistema del tacto consistiría en el deseo del hablante de crear un determinado efecto sobre el oyente, pero siempre dentro de las fronteras del respeto. Finalmente, el sistema de etiqueta sirve para casos en los que el hablante no posee toda la información adecuada del oyente para aplicar unas correctas estrategias de tacto y respeto. Ante este desconocimiento, el hablante se vale de un sistema de normas de comportamiento explícitas que cada comunidad marca según su ideología.

Estas teorías, por tanto, se acercan en gran medida a otras que hemos estudiado donde el factor social es determinante a la hora de analizar un enunciado cortés.

#### B) El lenguaje honorífico en japonés. Sachiko Ide<sup>26</sup>

La teoría propuesta por S. Ide parte del concepto de cortesía en la sociedad japonesa para, por esta vía, cuestionar varios aspectos de la teoría de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]).

Esta autora critica la naturaleza demasiado estratégica e interaccional que Brown y Levinson asignan a la cortesía. Junto a la libre voluntad del hablante de elegir una estrategia más o menos cortés, ella cree que, en algunas sociedades como la japonesa, existe un criterio normativo impuesto relacionado con las fórmulas de tratamiento y honoríficas. A este segundo criterio lo llama S. Ide *discernment*, y limitaría, en gran medida, la libre voluntad del hablante a la hora de elegir el grado de descortesía en su enunciación. Ante este criterio social, el comportamiento no puede ser neutral. Un hablante debe optar por un comportamiento honorífico o un comportamiento no honorífico.

Este valor normativo que se le asigna a la sociedad está muy emparentado con la teoría de Y. Gu (1990), pero en japonés es expresado con el término *wakimae*, que consiste en que

---

<sup>26</sup> Cf. S. Ide (1982, 1989), y S. Ide et al. (2005[1992]).



el hablante debe mostrar en algún sentido su posición y su función en una conversación de acuerdo con una determinada convención social.

En resumen, los postulados de S. Ide predicán que la cortesía en japonés no es solo una libre elección estratégica por parte del hablante, sino una parte inherente a la lengua preestablecida por una serie de normas sociales.

#### C) Las convenciones culturales de Shoshana Blum- Kulka<sup>27</sup>

De la misma manera que los dos autores anteriores, S. Blum- Kulka asigna un enorme peso a lo social dentro de su teoría de la cortesía en la sociedad judía de Israel.

A pesar de que ella acepta la idea de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) de que todo hablante posee necesidades psicológicas de proteger su imagen, afirma que estas están regidas por convenciones culturales (*cultural conventions*) determinadas, por lo que nunca pueden erigirse en universales, como estos autores predicaban.

Al igual que S. Ide, distingue entre unas estrategias lingüísticas de elección y otras obligatorias impuestas por un estricto código social. Pero S. Blum- Kulka añade que esta diferenciación depende de la cultura. Es decir, hay lenguas donde se dan con mayor frecuencia las estrategias estrictamente convencionalizadas, y otras donde predomina la libre elección.

Además de lo cultural entendido en términos generales, S. Blum-Kulka añade que, a la hora de determinar la cortesía, tenemos que tener en cuenta una serie de eventos de habla que rodean al acto comunicativo. Se refiere esta autora a las situaciones concretas, tales como una conversación familiar o una cena de negocios, que también regirían el grado de cortesía en la comunicación.

#### D) Otros estudios

Han aparecido últimamente otros estudios de enfoque sociolingüístico que han centrado su análisis en una lengua y civilización concreta. Podríamos citar los estudios de R. N. Srivastava e I. Pandit (1988), que estudian la cortesía en el hindi partiendo de la teoría de R. Lakoff. De la misma manera, también los estudios de Y. Matsumoto (1988) se hacen eco de

---

<sup>27</sup> Cf. S. Blum-Kulka (1987, 1989, 1990 y 2005).

los postulados de R. Lakoff a la hora de etiquetar al japonés como una lengua en la que predominan las estrategias de deferencia.

Otros estudios parten de un punto de vista más empírico, como E. Adebija (1989) a la hora de estudiar la cortesía en el inglés de Nigeria, los de D. Koike (1989), analizando las estrategias del portugués de Brasil, o los de C. García (1989, 1993, 1999), centrados en el español de Perú o Venezuela.

#### 2.1.1.4. Una vuelta al enfoque conversacional dentro del estudio de la cortesía

En los últimos años también podemos encontrar autores que, si bien tienen claro que el hecho social es un factor relevante a la hora de analizar un enunciado como cortés, creen que no hay que perder de vista el enfoque lingüístico-conversacional a la hora del análisis. Estos autores abogan, por tanto, por girar de nuevo la mirada a la figura del hablante y del oyente a la hora de estudiar el fenómeno de la cortesía, figuras que creían que se habían visto, en cierto modo, ensombrecidas en los primeros enfoques sociológicos.

##### *2.1.1.4.1. Una reacción a las teorías de la cortesía como norma social. Horst Arndt and Richard Janney<sup>28</sup>*

H. Arndt y R. Janney reaccionan frente a las teorías normativas de la cortesía. Para ellos, la cortesía no tiene que ver con usar las palabras adecuadas en un contexto adecuado, donde todo está, además, regido por una serie de reglas inviolables. Creen que en los últimos estudios sobre cortesía se ha puesto un excesivo énfasis en la mirada social y cultural, y abogan por volver a centrar las estrategias corteses en la figura del hablante y del oyente, así como en el marco de lo puramente conversacional. Por ello, etiquetan su marco teórico con el término *interpersonal*, ya que está centrado en los propios participantes del acto comunicativo.

Para H. Arndt y R. Janney (1985a), el principal motor del comportamiento cortés se encuentra en la comunicación emotiva (*emotive communications*), que definen como “the communication of transitory attitudes, feelings and other affective states” (282).

---

<sup>28</sup> Para un mayor acercamiento a sus ideas, pueden consultarse H. Arndt - R. Janney (1985a, 1985b, 1987, 1991) y R. Janney- H. Arndt (1993, 2005 [1992]).

Estos autores realizan una distinción: diferencian esta comunicación emotiva de la llamada comunicación emocional. Esta última supone una descontrolada y espontánea expresión de la emoción, mientras que la primera consiste en una estrategia afectiva regulada por sanciones sociales, normas de interacción y expectativas de una civilización que controlan los impulsos naturales.

La comunicación emotiva no solo está formada por el comportamiento lingüístico, sino también por el paralingüístico y el no lingüístico. Además, aportan tres dimensiones que se encontrarían dentro de este estado emotivo: la confianza, el afecto positivo o negativo, y la intensidad. Así, mediante elecciones verbales y no verbales, un hablante puede dar cuenta de la confianza con la que habla, su mayor o menor afecto hacia el oyente, y su implicación emocional.

Siguiendo, por tanto, el modelo de H Arndt y R. Janney, podemos definir la cortesía como la parte de la comunicación emotiva en la que el hablante ejerce una postura de apoyo conversacional hacia el oyente. Cuando un hablante es cortés, afirman, no lo es tanto por seguir una serie de normas sociales, sino por evitar un posible conflicto.

Podemos observar en el marco teórico de H. Arndt y R. Janney, por tanto, una vuelta a los postulados de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]). Toman de estos la definición de imagen como necesidad de autonomía y apoyo, que se ve afectada en la conversación por potenciales actos de amenaza.

En posteriores trabajos, H. Arndt y R. Janney (1992) van moderando su postura, dando cabida a una mayor presencia de lo social en su teoría. Añaden la idea de *cortesía social*, mientras que a la cortesía interpersonal le asignan el nombre de *tacto*. Esta cortesía social está regida, ahora sí, por directrices y normas convencionalizadas. Aquí incluyen comportamientos e interacciones humanas totalmente codificados, o ritualizados. Mientras que el *tacto* posee una finalidad conciliativa, la *cortesía social* tiene pretensiones regulativas.

El *tacto*, a su vez, se define en términos de *personal face* o *interpersonal face*, haciendo de nuevo alusión al modelo de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]). Pero estos términos no pueden identificarse plenamente con los de imagen social positiva y negativa. Los términos introducidos por Brown y Levinson tan solo aluden a la imagen social del interlocutor, mientras que, en términos de H. Arndt y R. Jenney, la imagen personal hace referencia al deseo de ser aceptado por parte del hablante, y la imagen interpersonal a la relación de este con un grupo.

Autores como C. Kerbrat-Orecchioni (1997) han calificado la definición de cortesía de H. Arndt y R. Janney como demasiado restringida, sobre todo a la hora de identificarla con la comunicación emotiva. Para esta autora todas las demostraciones emotivas no son corteses, y todo el comportamiento cortés no siempre implica una expresión emotiva.

En definitiva, H. Arndt y R. Janney siguen, en cierto modo, el modelo racional de la cortesía defendido por los pioneros P. Brown y S. Levinson. En su descripción de la cortesía asignan mayor importancia a la elección espontánea del hablante que a factores situacionales o sociales. Pero su novedad radica en la gran apertura metodológica que supone su marco teórico interpersonal, donde el comportamiento del hablante en la conversación se rige por la colaboración o no con respecto al oyente, así como por la necesidad de verse socialmente aceptado.

#### 2.1.1.4.2. *La interacción como armonía. H. Spencer- Oatey*<sup>29</sup>

Según esta autora, el hablante es un administrador de las relaciones conversacionales. Estas se caracterizan por una relativa armonía y suavidad. Así, este tiene la capacidad de ejercer esta administración de diferentes maneras: mantener la armonía entre los interlocutores, intensificarla, o, por otro lado, encargarse en mayor medida de la gestión de sus propios deseos y necesidades y dejar, por tanto, algo desatendida la relación con los otros. A la primera de estas estrategias la etiqueta como *rappor maintainence orientation*, a la segunda *rappor enhacement*, y asigna el término *neglect rappor* a la última. Incluso añade una posibilidad más, consistente en que el hablante dé un giro radical e invierta completamente el carácter empático de la conversación, es decir, su *rappor challenge orientation*.

Para esta autora, el concepto de imagen está muy unido al de identidad. A su vez, divide esta imagen en individual, colectiva o relacional. Esta última se refiere a la que tiene el hablante como persona dentro de un grupo, y que debe adoptar dentro de la conversación. Los actos de amenaza ponen en peligro el mantenimiento de estos tres tipos de imagen. Pero, al contrario que P. Brown y S. Levinson, para H. Spencer- Oatey no todo comportamiento descortés tiene ir acompañado de una pérdida de imagen. En ocasiones, sobre todo en los casos de amenazas a la cortesía negativa, es decir, cuando el hablante no deja libertad de

---

<sup>29</sup> Su postulados teóricos pueden consultarse en H. Spencer- Oatey (1996, 2000, 2002, 2005, 2007).

acción al oyente, este puede sentirse molesto, pero esto no tiene por qué hacerle creer que su imagen personal ha sido dañada. Se estaría faltando, por tanto, a unos derechos básicos del receptor. Para estos casos esta autora acuña el término de *sociality rights*.

En estudios posteriores<sup>30</sup> añade, junto a los conceptos de *face* y *sociality rights*, la idea de tarea conversacional (*task*) como tercer principio que rige el comportamiento comunicativo.

Como B. Fraser y W. Nolan, esta autora también cree que no existen actos de habla intrínsecamente corteses. El oyente debe interpretar en última instancia el grado de (des)cortesía de estos según el contexto y sus propias expectativas.

En un estudio posterior, H. Spencer-Oatey (2005) da un paso más, y divide el concepto de imagen en:

- *Respectability face*, que hace referencia al prestigio, al buen nombre de los interactuantes según unas normas sociales.
- *Identity face*, más relacionado al concepto de imagen de Goffman.

En definitiva, la base teórica de H. Spencer-Oatey parte de la idea de que el hecho conversacional es por naturaleza armónico. Según este axioma, esta autora está invirtiendo la idea de interacción como conflicto presente en teorías fundadoras como la de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]).

#### 2.1.1.4.3. El concepto de autocortesía de Chen

El marco teórico de R. Chen (2001) se basa, en gran medida, en la teoría los actos amenazantes de la propia imagen de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]). Tienen en común su pretensión de universalidad, y su postura es abiertamente crítica con aquellos autores que pretenden acercarse al fenómeno de la cortesía estrictamente desde una perspectiva de norma social. Sin embargo, Chen matiza que la variación cultural puede conllevar una predilección mayor por una u otra estrategia, así como un mayor o menor grado a la hora de aplicarlas.

Para R. Chen (2001), los *FTAs*, actos de amenaza acuñados por P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), no solo pueden afectar a la figura del receptor, sino que también el emisor pone en riesgo su propia imagen a la hora de emitir su discurso. Por ello, este autor tiene en cuenta, junto a los *FTAs*, los *Self-Face Threatening Acts*, o actos de amenaza de la propia imagen.

---

<sup>30</sup>H. Spencer-Oatey y W. Jiang (2003) y H. Spencer Oatey (2005)

Así, un hablante cortés debe llevar a cabo diferentes estrategias que sirvan para atenuar estos actos de amenaza, de manera que pueden dañar lo menos posible no solo la imagen del otro, sino también la propia. En definitiva, este autor cree en la existencia de un *continuum* que va desde la cortesía hacia los demás hasta la cortesía hacia uno mismo o *autocortesía*.



En cuanto a las críticas, diversos autores han señalado que este fenómeno consistente en que el hablante se preocupa de salvaguardar su propia imagen se origina en los postulados de E. Goffman (1967), que ya había denominado *self politeness* a la necesidad del hablante de llevar a cabo estrategias que fueran orientadas hacia su propia imagen social.

E. Brenes Peña (2009e), por otro lado, argumenta que lo que R. Chen denomina autocortesía, es, en realidad, una actividad de autoimagen, ya que las actividades de cortesía siempre tienen que ir dirigidas al oyente.

#### 2.1.1.4.4. La cortesía vista desde la Teoría de la Relevancia

La Teoría de la Relevancia de D. Sperber y D. Wilson (1986) se basa en dos principios: un principio cognitivo, que consiste en que la mente humana tiende a maximizar la relevancia en toda comunicación, y otro principio de comunicatividad, que dice que cada acto comunicativo es presuntamente visto como lo más relevante posible. La existencia de este segundo principio conmina a los participantes a encontrar siempre el significado de un acto de habla.

Estas ideas aparecen esbozadas en los estudios de A. Kasher (1986). De su teoría se desprende que la cortesía se basa en un principio racional, teniendo en cuenta los conceptos de coste- beneficio: dado un determinado objetivo, un hablante debe elegir qué tipo de enunciado le va a resultar más eficaz y con el mínimo coste posible para poder llevarlo a cabo.

Esta Teoría de la Relevancia implica cierta normatividad que debe ser aplicada a los actos de habla por parte de los participantes, pero esta norma puede cambiar según el contexto que rodee al acto comunicativo. Es decir, un enunciado aparentemente irrelevante podrá cobrar relevancia según la situación en la que este sea emitido.

Teniendo en cuenta este marco teórico, autores como V. Escandell- Vidall (196, 1998a, 1998b), M. Jary (1998), R. Watts (2003), S. Mills (2003), M. A. Locher (2004) o C. Christie (2007) se han acercado al fenómeno de la cortesía verbal a través de la Teoría de la Relevancia.

Así, según el cuerpo teórico de D. Sperber y D. Wilson, todo hablante posee la capacidad cognitiva de discernir lo relevante en un enunciado. Por ello, este hablante podrá interpretar este enunciado como cortés o descortés debido a un conocimiento aprendido sobre qué es lo socialmente aceptado o no en su cultura. Por ello, estos conocimientos pueden variar de una cultura a otra, pero la capacidad cognitiva de los participantes para descifrar las inferencias conversacionales son inherentes a ellos, y, por tanto, universales.

#### 2.1.1.5. Cortesía en el ámbito hispánico

El análisis de la cortesía desde el ámbito hispánico surgió a partir de la década de los noventa. Autores como M. A. Placencia y C. García (2007) indican como punto de partida dos estudios: el capítulo de cortesía dentro de la *Introducción a la Pragmática* (1993) de Escandell Vidal, y el libro *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico* (1994a) de H. Haverkate. Junto a estos, también dedicaremos un apartado a la valiosa contribución que ha aportado el grupo EDICE a los estudios sobre cortesía en español.

##### 2.1.1.5.1. La vertiente social de la comunicación

Así titula M. V. Escandell Vidal su capítulo sobre cortesía dentro de su libro *Introducción a la Pragmática* (1996), donde, en primer lugar, pone de manifiesto la necesidad de tomar el lenguaje no solo como un mero vehículo de trasvase de información, sino como medio que regula la interacción con los demás.

G. N. Leech (1983) ya apuntaba la necesidad de diferenciar el término cortesía entendido desde un punto de vista científico, es decir, como puro tecnicismo, del sentido peyorativo y artificial que este adquiere en el uso popular.

Esta autora aboga por un acercamiento al fenómeno de la cortesía desde dos ángulos: por un lado, teniendo en cuenta su vertiente social, por otro, destacando su valor como estrategia puramente conversacional.

Tras pararse a realizar una ligera incursión en los postulados teóricos de P. Grice, R. Lakoff, G. N. Leech y P. Brown y S. Levinson, M. V. Escandell (1986) afirma que, hasta la fecha, el acercamiento de estos dos últimos es “el intento más elaborado y mejor estructurado de explicar los motivos y el funcionamiento de la cortesía en las lenguas.”(148) A pesar de que también ve en este modelo defectos, como el panorama excesivamente catastrofista que estos autores asignan a las relaciones interpersonales, ve en él “un buen punto de partida para adentrarse en el estudio de las relaciones entre formas lingüísticas y estructuras sociales” (153).

*2.1.1.5.2. El fundador de los estudios de cortesía en el ámbito hispánico: H. Haverkate*<sup>31</sup>

La importancia de los trabajos de H. Haverkate no radica en sus aportaciones teóricas, más bien escasas. Su relevancia se fundamenta en que es considerado el autor que realizó los primeros estudios pragmáticos sobre cortesía en el ámbito hispánico.

H. Haverkate se basa en el contrato conversacional de B. Fraser (1980) para explicar su concepto de cortesía, es decir, un hablante es cortés debido a que sigue unos derechos y obligaciones que están vigentes en la conversación. Estos derechos conformarían las llamadas normas de cortesía, que, añade H. Haverkate (1994a), “[...] determinan el estilo de la interacción verbal, pero no afectan al contenido proposicional de lo que se comunica” (15). De esta forma, una persona que violara estas normas, estaría obviando unas convenciones inherentes a los buenos modales, pero se haría entender perfectamente.

De la misma manera, a través de las reglas de R. Lakoff (1973) define los tipos de cortesía negativa y positiva a las que ya se refirieron P. Brown y S. Levinson (1987[1978]).

**ESTRATEGIAS:**

- I) No impongas tu voluntad al interlocutor.
- II) Indica opciones.
- III) Haz que tu interlocutor se sienta bien; sé amable.

Las dos primeras estrategias pertenecen a la llamada cortesía negativa, es decir, aquella que hace que el hablante no se imponga al oyente; con la tercera estaríamos hablando de cortesía positiva, aquella que busca la “felicidad” del receptor. H. Haverkate comenta que

---

<sup>31</sup> De los estudios más importantes de este autor destacamos H. Haverkate (1983a, 1983b, 1984, 1994, 1998a, 1998b, 1999, 2004)



el hablante es libre de elegir alguna de estas estrategias o, en cambio, no optar por ninguna, aun a riesgo de tildar su comportamiento como descortés. Lo imposible, comenta, es comportarse de una forma neutra: o se es cortés o no se es cortés, no hay término medio.

H. Haverkate también toma de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) el concepto de imagen (*face*). Para este autor la imagen es algo inherente y sagrado, cuya violación tiene perjudiciales consecuencias en la conversación. Para evitarlo, el hablante busca un equilibrio, es decir, proteger su propia personalidad, así como la del otro. Esta protección se lleva a cabo atenuando determinados actos que pueden resultar amenazantes, los *FTAs* de Brown y Levinson.

Del mismo modo, toma de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) las variantes D, P y G, es decir, distancia, poder y grado de imposición, dando como resultado las siguientes correlaciones:

- I) La cortesía se aumenta en la medida en que es mayor la distancia entre hablante y oyente.
- II) La cortesía aumenta en la medida en que es mayor el poder del oyente sobre el hablante.
- III) La cortesía aumenta en la medida en que es mayor el grado de imposición.

En un caso, por ejemplo, en que el hablante sea el que tenga el poder sobre el hablante, comenta H. Haverkate (1994a) que no sería necesario, a la hora de realizar una exhortación (*FTA*), “utilizar una estrategia de cortesía especial” (40).

También este autor se ve influido en gran medida por la teoría de las máximas. Nos referimos aquí a las máximas conversacionales de P. Grice y a las máximas de cortesía de G. N. Leech. H. Haverkate comenta que las primeras tienen como finalidad organizar la estructura cognitiva de la conversación, y su incumplimiento tiene como objetivo crear efectos de cortesía. Las máximas de G. N. Leech, sin embargo, determinan todos los aspectos sociales que rodean la conversación, y su incumplimiento da como resultado un comportamiento no cortés o descortés.

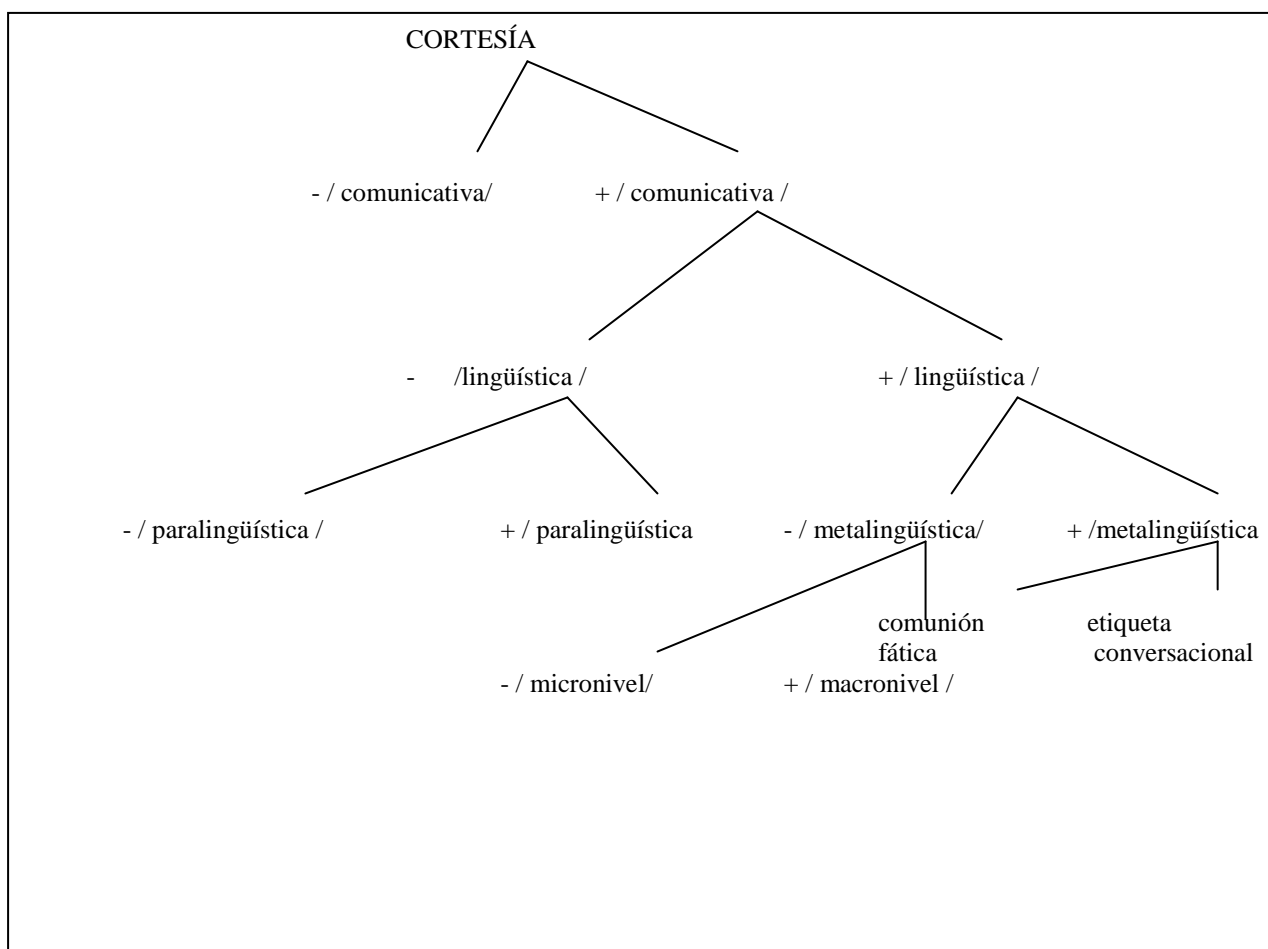
La validez universal que H. Haverkate asigna a los conceptos de imagen y cortesía positiva y negativa radica en los principios etnocentristas de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]).

“Por muy difícil que sea verificar esta hipótesis, hasta el día de hoy no se han descubierto culturas en las que las imágenes positiva y negativa del individuo interactante no desempeñen un papel social” (H. Haverkate, 1994a: 35)

Al igual que estos autores, H. Haverkate asigna cierta importancia a lo social, pero su análisis dista mucho de dar la relevancia adecuada al factor intercultural en lo referente al análisis de la (des)cortesía de un determinado acto de habla.

Sin embargo, este autor no obvia totalmente la relevancia de los factores contextuales, sobre todo a la hora de analizar la valoración del coste-beneficio que un hablante debe sopesar cuando utiliza una estrategia cortés. Así, el hablante escogerá la estrategia de cortesía que con menor coste verbal le haga alcanzar un determinado objetivo conversacional. El grado de cortesía no puede medirse, por tanto, sin tener en cuenta cómo se adapta dicha estrategia a una situación comunicativa concreta. Por ello, concluye H. Haverkate (1994a), “esto quiere decir que la cortesía no es propia de determinadas clases de oraciones, sino de locuciones emitidas en una situación comunicativa específica” (38).

Uno de los hallazgos dentro de los postulados teóricos de H. Haverkate es la aplicación del análisis de las estrategias corteses en diferentes niveles de la lengua. El estudio de varios niveles de análisis en el estudio de las estrategias descorteses da como resultado el siguiente esquema arbóreo:



**Gráfico 6.** *Análisis de las estrategias corteses en los diferentes niveles de la lengua (H. Haverkate, 1994: 53)*

La primera distinción que matiza H. Haverkate se da entre cortesía comunicativa y no comunicativa. Esta última hace referencia a diferentes comportamientos racionales y rituales, como abrir la puerta a alguien, que vienen descritos en los manuales de urbanidad. En cuanto a la cortesía dentro de la interacción comunicativa, diferencia entre lingüística y no lingüística, según intervengan o no el aparato articulatorio. Dentro de lo no lingüístico destaca, por un lado, la cortesía paralingüística, es decir, aquella llevada a cabo mediante gestos que acompañan a signos verbales, por ejemplo, un apretón de manos, y, por otro, la no paralingüística, que se refiere a aquellos gestos que aparecen aislados, como quitarse el sombrero ante la presencia de una dama. Finalmente, y dentro de lo lingüístico, el autor diferencia entre cortesía metalingüística, y no metalingüística. La cortesía metalingüística cumple dos funciones: por un lado, establecer un contacto social apreciable, evitando los

riesgos que se producen cuando cesa la interacción; por otro, mantener las normas que deben respetar los interlocutores. Finalmente, nos quedaría la cortesía no metalingüística, es decir la cortesía verbal. Aquí se sitúa la novedad de H. Haverkate de analizar cada estrategia desde diferentes niveles dentro de la lengua. En el macronivel, por ejemplo, la cortesía viene determinada por factores de coherencia y relevancia interaccional, mientras que si nos situamos en la micronivel, observamos fenómenos como las fórmulas de tratamiento, la impersonalidad o la voz pasiva.

En definitiva, y más allá de las escasas novedades teóricas de H. Haverkate, su estudio *La Cortesía verbal. Pragmática sociocultural*, se erige como pionero dentro del análisis de la cortesía en el ámbito hispánico. De este libro sobresale, por encima de todo, su enfoque pragmático y su exhaustivo análisis de lo puramente lingüístico.

#### *2.1.1.5.3. La importancia del factor social dentro del ámbito hispánico. El grupo EDICE*

El grupo EDICE ha supuesto en los últimos años una de las aportaciones más frescas e innovadoras dentro de los estudios de cortesía en el ámbito hispánico. Dirigido por la doctora Diana Bravo, este programa pertenece al departamento de español, portugués y estudios latinoamericanos de la Universidad de Estocolmo (Suecia). Su programa se basa en una metodología sociopragmática, es decir, revisan los postulados de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) dando una especial relevancia a las variantes sociales que rodean todo acto de habla. Así, consideran que conceptos como el de imagen social tratados por estos autores, es decir, la imagen que el hablante pretende salvaguardar ante los demás, es variable y cambiante de una cultura a otra. Por ello, los parámetros que usamos para estudiar el inglés británico deben ser distintos a los que podríamos usar para estudiar español de Ecuador, por ejemplo.

Sus críticas hacia la excesiva pretensión universalista de los estudios de P. Brown y S. Levinson también afectan a sus llamados *FTAs*, es decir los actos de amenaza a la imagen. Desde este programa se afirma que en lenguas como la inglesa es posible que toda conversación se rija por medio del conflicto, y que los hablantes centren sus actividades de cortesía en atenuar estos actos de amenaza hacia su imagen social. Pero esta idea está muy lejos de regir el comportamiento de hablantes de culturas distintas. Es decir, podemos

encontrar culturas, como la española, donde la cortesía va más allá de suavizar actos amenazantes. Los miembros del grupo han comprobado cómo en conversaciones entre hablantes de español es normal buscar la cortesía mediante estrategias que pretenden confirmar la propia imagen y la del otro. Esta idea estaría en relación con el concepto de FFAs (*face flattering acts*) o actos de alabanza de C. Kerbrat-Orecchioni (1992, 1996, 2004).

El grupo de Diana Bravo se distancia también de la teoría de P. Brown y S. Levinson en la idea de igualar actividades de imagen con actividades de cortesía. D. Bravo (2003c) comenta que “si bien todas las actividades de cortesía son actividades de imagen, no todas las actividades de imagen son actividades de cortesía” (101). Pone esta autora como ejemplo el caso en que un hablante diga que es una persona sincera. Esto sería una actividad de afirmación de la propia imagen pero no sería una actividad de cortesía.

A la hora de analizar estas estrategias (des)corteses se ha de tener en cuenta no solo la imagen el interlocutor, sino también la imagen el grupo al que el hablante pertenece. Así, las actividades de imagen se definen como aquellas destinadas a preservar, confirmar o favorecer las imágenes tanto del individuo como del grupo al que pertenece. Todos los individuos de una comunidad poseen esta imagen social ideal, aunque no sean conscientes de ello. A esto añaden una imagen de rol, que tiene que ver con el papel que juega el hablante dentro de una sociedad.

Otro de los puntos revisados a partir de la teoría de P. Brown y S. Levinson se refiere a los conceptos de *imagen positiva* e *imagen negativa*. Estos son sustituidos por *imagen de autonomía* e *imagen de afiliación* (D. Bravo, 1999a). La imagen de autonomía consiste en la pretensión del hablante de ser visto como alguien con contorno propio dentro del grupo. La de afiliación, en cambio, se define como el deseo del hablante de ser visto como un miembro integrante del grupo. Pero, a diferencia de P. Brown y S. Levinson, D. Bravo define estos conceptos en términos generales, sin asignarles una serie de estrategias comunicativas concretas ni de imagen. La imagen de autonomía y afiliación son categorías vacías que se irán conformando de manera diferente según la cultura en las que éstas aparezcan.

En este sentido, acuña D. Bravo el término de *premisa sociocultural*, que hace referencia a una serie de conocimientos previos al análisis que el investigador debe conocer sobre las ideas que subyacen en los hablantes sobre su sociedad, y regularán, por tanto, su comportamiento comunicativo.

Así, la cortesía es definida desde el programa EDICE como una intención por parte del hablante de quedar bien con el interlocutor. Esta intención original se ve explicitada por estrategias verbales y no verbales, ambas regidas por un código social que todo hablante conoce.

En conclusión, los postulados del grupo EDICE defienden que, para saber si un determinado comportamiento lingüístico es cortés o no, debemos conocer la imagen social que predomina en una determinada cultura, las relaciones sociales entre los participantes y la de estos con la del grupo al que pertenecen. Debido, por tanto, a este enfoque sociopragmático, el grupo de trabajo de la doctora D. Bravo está aportando uno de los más valiosos cuerpos teóricos sobre el estudio de la (des)cortesía en español más allá de las estrechas teorías etnocentristas.

### **2.1.2. Estudios sobre descortesía verbal**

En los últimos estudios citados en el apartado anterior sobre cortesía verbal ya se va vislumbrando la necesidad de estudiar discursos donde la norma no solo consista en la búsqueda de la armonía y de la colaboración entre los participantes en la conversación. Encontramos un gran número de situaciones donde la estrategia comunicativa se basa en competir con el otro, atacarlo abiertamente, aunque esto conlleve una pérdida de imagen por parte de ambos. De esta manera empieza a aparecer el término *descortesía verbal* como un fenómeno inherente a ciertos tipos de discurso, pero ligado desde siempre a la comunicación humana. Como bien señala D. Bousfield (2008), “impoliteness must have been with us (almost) as long as humans have been communicating” (149).

Por cuestiones de espacio, en nuestro trabajo no podemos describir todos y cada uno de los estudios realizados sobre este fenómeno, pero sí intentaremos dibujar los diferentes enfoques o puntos de vista a partir de los cuales se ha estudiado. Comentaremos los estudios de los primeros autores que intentaron describir el funcionamiento de la descortesía. Estos definían esta cualidad discursiva como un fenómeno opuesto a la cortesía, y partían de las anteriores investigaciones sobre este fenómeno, principalmente del marco teórico desarrollado por P. Brown y S. Levinson ([1987]1978). Posteriormente, nos centraremos en los postulados teóricos que han puesto en evidencia el carácter autónomo de la descortesía, y lo han insertado dentro de un continuo donde la cortesía estaría situada al otro extremo.

### 2.1.2.1. La descortesía como reverso de la cortesía

J. Culpeper (1996), en la introducción a su famoso artículo “Towards an anatomy of impoliteness”, ponía de manifiesto que en los últimos tiempos solo se daban estudios sobre estrategias lingüísticas basadas en la intención armónica de los participantes, dejando a un lado aquellos actos de habla cuya finalidad está más relacionada con la confrontación o el ataque:

“Over the last twenty years politeness theories have concentrated on how we employ communicative strategies to maintain or promote social harmony.” (J. Culpeper, 1996:349)

Con la idea de cubrir ese hueco nacen los primeros estudios sobre descortesía verbal. Su metodología se basa en tomar el modelo de cortesía de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), e invertirlo. Aplicaban, por tanto, una estrategia descortés a cada estrategia cortés definida por Brown y Levinson. De esta manera, la descortesía era vista como el reverso de la cortesía. Así surgen los trabajos de P. Austin, L. Lachenicht y J. Culpeper, este último el desarrollado de una forma más exhaustiva e influyente.

#### 2.1.2.1.1. P. Austin

A pesar de que sigue los postulados de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) al definir la descortesía como un ataque a la imagen, P. Austin (1990) echa en falta en estos la escasa atención que prestaron a la figura del oyente. Su enfoque, por tanto, está centrado en cómo el receptor puede interpretar un enunciado como descortés o no en un contexto determinado.

Debido a la focalización excesiva hacia la segunda persona, pasa por alto, en gran medida, la intención comunicativa del hablante, y sus ejemplos se reducen a un inventario de enunciados a través de los que un emisor falta accidentalmente o sin intención a la imagen de un receptor que lo interpreta como descortés.

Con todo, las ideas sobre descortesía planteadas por Austin deben ser muy tenidas en cuenta, ya que incluso hoy día echamos en falta un mayor número de estudios sobre los efectos de la descortesía en el oyente. Como afirma D. Bousfield (2008), “it is both a priority

and a challenge for a future research to test the perlocutionary and interactional effects of linguistic impoliteness.” (82)

#### 2.1.2.1.2. L. Lachenicht

En su artículo de 1980<sup>32</sup> L. Lachenicht habla sobre el lenguaje molesto o *aggravating language*, que define como aquel utilizado por un hablante racional para dañar al receptor. El tipo de daño que un hablante emite puede ser de dos tipos: por un lado, uno que transmita al oyente la idea de que no es bien recibido, por otro, un tipo de daño que limite la libertad de acción de este. Esta división se corresponde con la idea de imagen positiva y negativa de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]).

L. Lachenicht (1980), partiendo de nuevo de aquellos autores, diferencia cuatro superestrategias de agravio o lenguaje molesto:

I) *Off record*, donde incluye insultos indirectos, insinuaciones y enunciados irónicos.

II) *Bald on record*, donde incluye actos de amenaza a la imagen (FTAs) directos e imposiciones

III) *Positive aggravation* o agravio positivo, que se realiza a través de estrategias que muestren al receptor que no es bien considerado y que, por tanto, no recibirá cooperación.

IV) *Negative aggravation* o agravio negativo, que se lleva a cabo mediante estrategias diseñadas para imponerse al receptor y limitar su libertad de acción.

Como novedoso, añade que estas estrategias que atacan a la imagen del receptor no tienen por qué darse de manera aislada, sino que pueden mezclarse para aportar mayor fuerza y agresividad al acto de habla.

Como crítica, se ha señalado que su corpus de ejemplos es artificioso, diseñado *ad hoc* con respecto a su teoría, y que no cuenta con extractos de conversaciones reales.

#### 2.1.2.1.3. J. Culpeper<sup>33</sup>

El marco teórico de J. Culpeper (1996) sobre la descortesía está basado en una inversión de las ideas sobre cortesía de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) y, al igual que sucedió

---

<sup>32</sup> Cf. L. Lachenicht (1980)

<sup>33</sup> Para el desarrollo de las teorías de este autor nos hemos basado en los siguientes trabajos: J. Culpeper (1996, 1998, 2005, 2008) y J. Culpeper et. al. (2003).



con estos autores, el marco expuesto por él ha sido uno de los más influyentes para estudios posteriores, bien para continuarlo más o menos fielmente, bien para criticarlo de manera abierta.

J. Culpeper establece una estrecha relación entre la descortesía y los conceptos de poder, familiaridad e intensificación, que podemos relacionar con las variantes de poder (P), distancia (D) y grado de imposición (G) de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]). Con respecto al primer concepto, señala que la descortesía suele darse en mayor grado en situaciones donde el desequilibrio es patente, y que el participante de más poder tiene mayor libertad para dirigirse de manera descortés hacia el otro. Sobre la familiaridad, comenta J. Culpeper (1996) que “in a familiar relationship one has more scope for impoliteness”(354), aunque matiza que la intimidad no es la causa de la descortesía, sino un medio fértil donde esta puede desarrollarse. Por último, señala el carácter de intensificación del fenómeno, es decir, que un acto de habla descortés tiende a provocar una descortesía mayor, adquiriendo así una tendencia escalar.

En cuanto a la tipología, señala J. Culpeper (1996) que podemos encontrarnos ante una descortesía fingida (*mock impoliteness*), que es aquella que parece quedarse en la superficie, y que no es interpretada como una ofensa<sup>34</sup>. Este tipo de descortesía fingida se da cuando hay un grado de confianza elevado entre los participantes. Pone el ejemplo de un hombre que llega tarde a la fiesta de un amigo, por lo que este último sonrío, y le dirige al invitado impuntual un enunciado del tipo: “estúpido hijo de puta”<sup>35</sup>.

Por otro lado, diferencia entre una descortesía inherente y otra estratégica, en la línea de la cortesía absoluta y relativa de G. N. Leech (1983). Afirma, por tanto, que existen actos intrínsecamente descorteses, pero que se restringen a unos pocos actos de habla relacionados con la condena de acciones socialmente mal vistas. Pone como ejemplo el indicar a alguien que no se hurgue la nariz, donde la interpretación descortés se da independientemente del contexto en el que sea enunciado<sup>36</sup>.

Dentro de la descortesía estratégica, J. Culpeper (1996), al igual que antes hizo L. Lachenicht (1980), aporta una serie de macro-estrategias descorteses basadas en invertir los

---

<sup>34</sup> Esta estrategia de descortesía sin intención de ofensa se asemeja al concepto de *anticortesía* de K. Zimmerman (2005), es decir, aquella que ni hablante ni oyente toman como una ataque, sino que sirve, más bien, para fortalecer los lazos grupales.

<sup>35</sup> En J. Culpeper (1996) se dice literalmente: “you silly bugger”.

<sup>36</sup> Con respecto a esta idea, este autor también sigue a P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), quienes consideran una serie de actos de habla como intrínsecamente amenazantes para la imagen de oyente,

actos de atenuación de la amenaza a la imagen de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]). Es decir, mientras que P. Brown y S. Levinson proponían estrategias que atenuaban posibles actos amenazantes, las que propone J. Culpeper tienen como finalidad buscar la confrontación a través del ataque a la imagen del oyente:

I) Descortesía directa<sup>37</sup>, sin rodeos (*bald on record impoliteness*), donde los actos de amenaza a la imagen del otro son emitidos de una manera clara y sin ambigüedad.

II) Descortesía positiva, que conlleva la realización de estrategias destinadas a dañar la imagen positiva del receptor. Aquí encontramos estrategias como ignorar o desairar al oyente, excluirlo voluntariamente, mostrarse indiferente o antipático. Incorpora aquí el uso de fórmulas de tratamientos inadecuadas, buscar el desacuerdo o hacer que el otro se sienta incómodo. También cita el uso de palabras tabú.

III) Descortesía negativa, explicitada en estrategias destinadas a dañar la imagen negativa del oyente. Nos encontramos aquí ante actos de habla que conllevan desprecio, condescendencia o ridículo. Enunciados destinados a no tomarse en serio al receptor o a invadir su espacio, por ejemplo, dirigirle preguntas relacionadas con su vida íntima.

IV) Sarcasmo o cortesía fingida (*sarcasm o mock politeness*), que consiste en utilizar aparentes estrategias corteses que son claramente interpretadas como no sinceras. Este tipo de descortesía se basa en las estrategias de cortesía indirecta (*off record*) de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), y, al contrario que estas, pretenden, a través de aparentes estructuras corteses, provocar una desarmonía y una ruptura entre hablante y oyente.

V) La ausencia de cortesía (*withhold politeness*) en aquellos contextos donde esta sería esperada también provoca un efecto descortés. Este último tipo supone una novedad con respecto a la tipología de L. Lachenicht (1980).

Estas estrategias no suponen una lista cerrada, sino un mero esbozo de una amplia gama de ardidescortes de los que un hablante puede valerse para buscar el enfrentamiento con el otro.

J. Culpeper (1996) indica la importancia de aspectos paralingüísticos o no verbales en la consecución de estos enunciados descorteses. La intensidad de voz, la distancia entre los interactuantes o las miradas, señala, son esenciales a la hora de crear una atmósfera de enfrentamiento entre los participantes en la conversación.

---

<sup>37</sup> M. Bernal (2005b) traduce esta *bald on record impoliteness* de J. Culpeper como “descortesía descarnada”.

Posteriormente, este autor se ve obligado a modificar su tipología sobre estrategias descorteses, ya que esta se cimienta en la división entre imagen positiva y negativa que, según reconoce, no existe en realidad. Actos como ridiculizar o despreciar pueden de la misma forma dañar la imagen que el oyente desea proyectar y, a su vez, faltar a su libertad de acción. Por ello, en posteriores estudios<sup>38</sup> aporta esta tipología:

I) Descortesía directa (*on record*), basada en estrategias basadas explícitamente en atacar la imagen del receptor, construir la imagen de este de una forma no armónica, así como obviar sus necesidades o derechos.

II) Descortesía indirecta (*off record*). Aquí el efecto descortés se consigue por medio de implicaturas conversacionales. Esta, a su vez, se divide en:

a) Sarcasmo (*sarcasm*)

b) Falta de cortesía en contextos donde esta es esperada (*withhold politeness*)

Como vemos, también ha eliminado su llamada descortesía directa (*bald on records impoliteness*), ya que su existencia se basa en la idea de que hay ciertas estructuras intrínsecamente descorteses. Supera, por tanto, esta idea que define la (des)cortesía como un fenómeno asignado a un determinado segmento independientemente del contexto en la que este se emita. M. Bernal (2005b) ya observó la problemática de diferenciar entre el primer tipo de descortesía, por un lado, y descortesía positiva y negativa, por otro, y afirma que “esa descortesía descarnada (*bald on record*) tendría como objeto de alguna manera la imagen negativa o positiva del destinatario” (371).

Creo interesante señalar dos aportaciones más dentro de la teoría de este autor: una referida a la intención del hablante, y otra a las posibles reacciones del oyente ante un acto de habla descortés. Con respecto al primer apunte, afirma que solo considera un acto de habla descortés si hay intencionalidad por parte del emisor de atacar la imagen del oyente. Es decir, según J. Culpeper (2005) “*impoliteness is not unintentional*” (37). Para los casos en los que el oyente ve afectada su imagen pero no ha habido intencionalidad por parte del hablante utiliza el término *rudeness*. Sin embargo, algunas líneas más tarde encontramos la siguiente definición que, aparentemente, choca con la anterior:

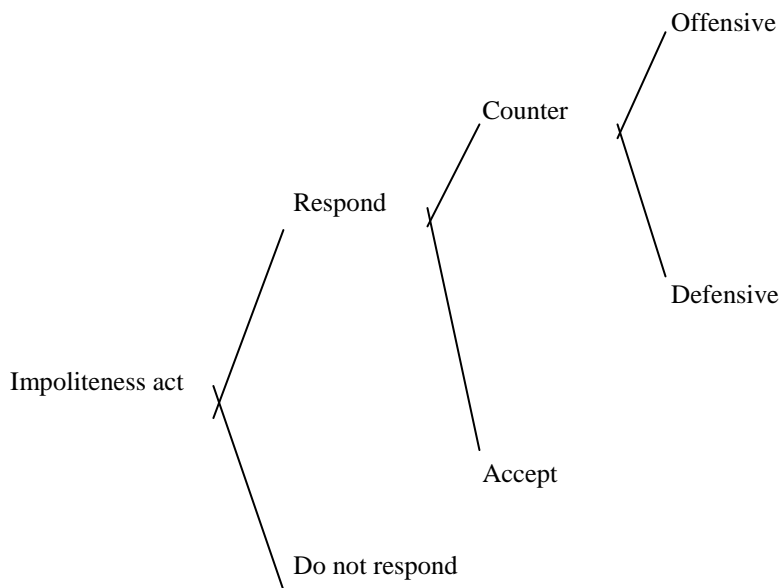
---

<sup>38</sup> J. Culpeper (2005) y J. Culpeper et al. (2003)

“Impoliteness comes about when: (1) the speaker communicates face-attack intentionally, or (2) the hearer perceives and/or constructs behaviors as intentionally face-attacking, or a combination of (1) and (2)” (J. Culpeper, 2005: 38)

Nosotros pensamos, al igual que D. Bousfield (2008), que J. Culpeper no cae en ninguna contradicción. Según el autor, para que haya descortesía debe haber, o bien intención del hablante, o bien interpretación del oyente de que esta intención ha existido, aunque sea una interpretación errónea. Si el oyente, independientemente de la intención real, es atacado en su imagen y cree que ha sido de forma voluntaria, estaremos ante un acto de habla descortés, según J. Culpeper. Relega el término *rudeness* tan solo para los casos en los que el oyente ve su imagen dañada en una comunicación pero interpreta que no ha habido intencionalidad por parte del hablante.

En cuanto los posibles modos de reaccionar del oyente ante un acto de habla descortés, J. Culpeper et al. (2003) proponen las siguientes estrategias:



**Gráfico 7. Modos de reacción del oyente ante un acto de habla descortés (tomado de J. Culpeper et al. (2003:1563).**

Esta especial atención a las posibles respuestas del receptor se debe al hecho de que estos autores cayeron en la cuenta de que no se debe estudiar la descortesía como un hecho aislado,

sino como un conjunto de estrategias dentro de un discurso más amplio. Esta idea también les llevó a estudiar fenómenos descorteses recursivos como la repetición o el paralelismo.

En definitiva, es destacable cómo en posteriores estudios J. Culpeper se desdice de parte de su teoría, y pone de manifiesto la dificultad de definir el fenómeno descortés como la otra cara de la moneda de la cortesía. También muestra sus dudas acerca de la eficacia de aplicar el aparato teórico de la cortesía al estudio de la descortesía.

“Classic politeness theories are built on classic speech act theory and Grice, which, separately or together, do not offer an adequate account of communication as rationalist and objectifiable. They tend to focus on speaker intentions as reconstructed “faithfully” by hearers [...]” (J. Culpeper: 2008: 19)

De la misma manera, y en clara referencia a la teoría de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), afirma que estos acercamientos clasicistas no tienen suficientemente en cuenta la complejidad del contexto, que no solo consta de todo lo que rodea al acto de habla, sino que también se relaciona con las representaciones cognitivas de los participantes, la dinámica del discurso o la continua negociación inherente a este.

De este modo, J. Culpeper (2008) se está acercando a las llamadas teorías “posmodernistas” sobre descortesía<sup>39</sup>, es decir, aquellas que fijan su atención en el hecho de que la (des)cortesía no es inherente a ninguna fórmula lingüística concreta, sino que es un fenómeno que se da dentro de un *continuum* dentro del comportamiento general del ser humano, y que debe ser interpretado por un oyente en un contexto determinado.

#### 2.1.2.2. Estudios que interpretan la descortesía dentro de un *continuum*

El estudio de B. Lavandera (1988) fue uno de los primeros en definir la descortesía como un fenómeno que va mucho más allá del hecho de subvertir las normas socialmente establecidas como corteses. Partiendo de esta idea, nacen numerosos trabajos que ven la dualidad cortesía-descortesía no como dos caras de una moneda, sino como características comunicativas dentro de un continuo, donde en medio encontraríamos un grado cero en lo referente a estas.

---

<sup>39</sup> Cf. 2.1.2.2.3. para un desarrollo más pormenorizado de estas teorías “posmodernistas”.

2.1.2.2.1. S. Kaul de Marlangeon<sup>40</sup>

Teniendo muy presente las ideas de B. Lavandera (1988), el marco teórico sobre descortesía expuesto por S. Kaul de Marlangeon supone uno de los más importantes dentro del ámbito hispánico.

Esta autora utiliza el término de  *fuerza de cortesía* , que define como un continuo perteneciente al acto de habla que es producido de manera inconsciente, pero que puede adquirir carácter estratégico una vez que el hablante es consciente de su aparición. Estas estrategias, continúa S. Kaul de Marlangeon (1995-2003 [1992]), “no sólo se aplican con aquel propósito reparador o minimizador, sino también con el propósito contrario de realizar el acto amenazador o acentuar su amenaza, sin reparación de imagen, lo cual nos lleva al otro extremo del continuo: el de la descortesía” (8-9). Para ilustrar esta idea aporta este diagrama:

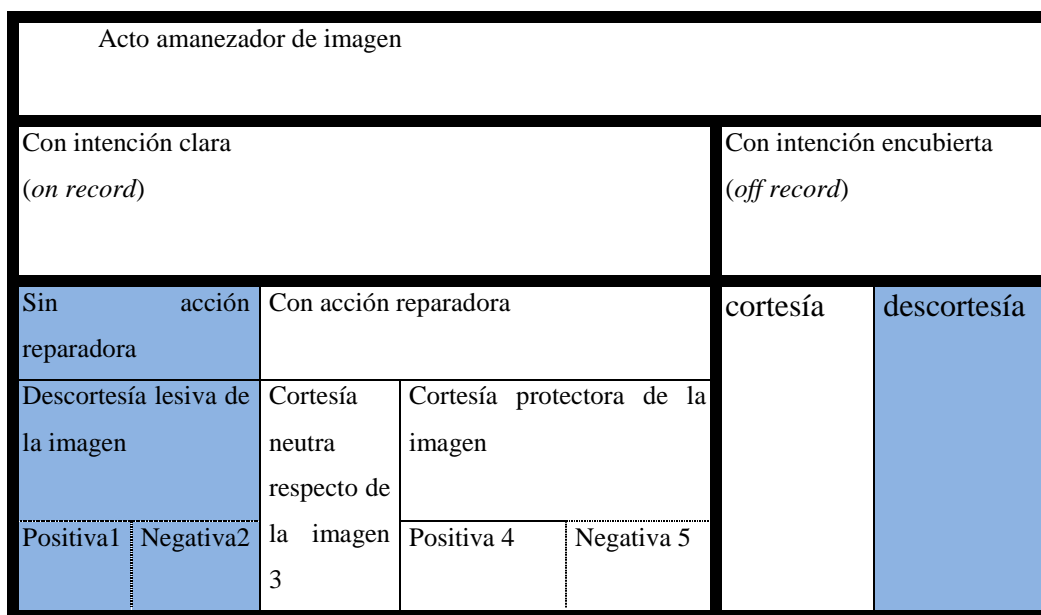


Gráfico 8. Diagrama tomado de Kaul de Marlangeon (1995-2003 [1992]: 9)

Observamos cómo esta autora se separa del modelo de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), ya que este solo consideraba actos sin reparación aquellos que se realizan de una manera clara y directa, y solo podían darse en las siguientes circunstancias:

<sup>40</sup> Para una detallada consulta de su exposiciones teórica cf. S. Kaul de Marlangeon (1995-2003 [1992], 1995-1998, 2005a, 2005b, 2008a, 2008b, 2009, 2010)

- Que la demanda de imagen se pueda ver solapada debido a la urgencia o eficiencia del mensaje.
- Cuando el peligro para la imagen del oyente es muy pequeño, como en solicitudes, ofrecimientos o sugerencias.
- Cuando el poder del hablante es muy superior al del oyente.

Además, aporta una zona de cortesía neutra, que abarca actos en los que la imagen no corre riesgos, y explica que, dentro del continuo de la descortesía, el hablante puede realizar el acto amenazante de manera cubierta o encubierta. Así, dentro de esta estrategia encubierta también distingue entre actos que se realizan con cortesía o con descortesía. P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) no contemplan esta posibilidad de crear un enunciado encubierto (*off record*) que tenga como finalidad atacar a la imagen del oyente. Para ellos todos estos actos conllevan la intención del emisor de seguir los requerimientos de imagen del receptor. Es el caso de un enunciado del tipo *¿por qué estás siempre fumando?* Para S. Kaul de Marlangeon este tipo de enunciados pueden tener una intención irónica, con la consecuente crítica y ataque a la imagen del oyente. Estaríamos, por tanto, ante un acto de habla encubierto con intención descortés.

Para esta autora el grado de (des)cortesía de todo acto de habla es directamente proporcional a su *fuera*, término correspondiente al *weight* (W) de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), y explicitado en las variante de poder (P), distancia (D) y grado (G). S. Kaul de Marlangeon (1995-2003 [1992]) otorga el papel fundamental a la variante de poder (P). Para ella, la causa principal de la descortesía es una disputa por el poder, y esta se da con mayor frecuencia en situaciones donde hay un marcado desequilibrio. En cuanto a la variable de distancia (D), indica que esta se explicita en *antipatía* si va destinada a atacar a la imagen positiva del “tú”, y en *falta de respeto* si va en contra de su imagen negativa. Las variables P y D, indica S. Kaul de Marlangeon(1995-2003 [1992]), dependen de factores individuales cuando hablamos de actos descorteses. No es así si tratamos de actos donde predomine la cortesía, donde estas variables están sometidas a normas consensuadas socialmente. La variable (G)<sup>41</sup>, por último, supone el grado de imposición de valores aparentemente comunes a los interlocutores, es decir, los requerimientos que exigen los receptores y que deben ser conocidos por ambos, como el respeto a la madre o a la amistad. En la medida en que estas

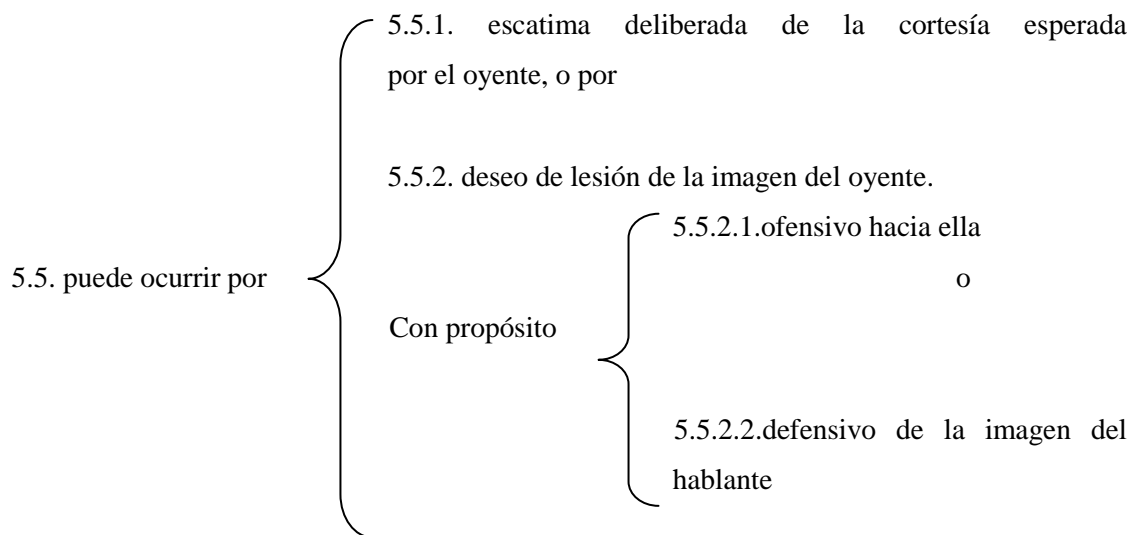
---

<sup>41</sup> Kaul de Marlangeon (1995-2003 [1992]) utiliza la letra “R”, de rango.

tres variantes no se tengan en cuenta, la probabilidad de que la descortesía aparezca irá en aumento.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos, esta autora define el comportamiento verbal descortés como:

- 1) permanece circunscripto a la comunidad de habla y al concepto de cortesía en ella;
- 2) queda asociado a la falta de cortesía;
- 3) es parte integrante del continuo de la fuerza de cortesía-descortesía;
- 4) puede ser deliberado o involuntario;
- 5) cuando es deliberado,
  - 5.1. es apropiado al designio comunicativo del hablante;
  - 5.2. establece disparidad de poder a favor del hablante;
  - 5.3. manifiesta individualidad en el quebrantamiento volitivo de los parámetros de la cortesía y, por tanto, exhibe creatividad frente a la normatividad de la cortesía;
  - 5.4. sirve a estrategias discursivas de alcance social que permite descubrir el *ethos* de la comunidad;



- 6) cuando es involuntario tiene tres manifestaciones distintas posibles:
  - 6.1. metedura de pata
  - 6.2. escatima involuntaria de la cortesía esperada por el oyente
  - 6.3. prescindencia involuntaria de cortesía

**Gráfico 9. Tomado de S. Kaul de Marlangeon (2008b: 257)**



Sobre esta descripción del comportamiento verbal descortés podemos resaltar una serie de ideas:

1) Mientras que la cortesía es un fenómeno regido por la norma social, la descortesía parte, en mayor medida, de la creatividad individual del hablante.

2) Este comportamiento descortés se codifica, *a posteriori*, en estrategias que sirven como indicadores de las costumbres de una determinada cultura.

3) A diferencia de J. Culpeper, admite que puede haber actos de habla descorteses no voluntarios. Para aclarar este último punto, esta autora apunta que la descortesía puede darse en cualquiera de estas once circunstancias:

- Cuando el hablante:

1) procura ser cortés con el oyente, pero su modo expresivo suscita en el oyente reminiscencia de lenguaje impropio o indecoroso o irrespetuoso.

2) ofende involuntariamente al oyente por

- 2.1. metedura de pata
- 2.2. escatima de la cortesía esperada por el oyente
- 2.3. prescindencia de cortesía

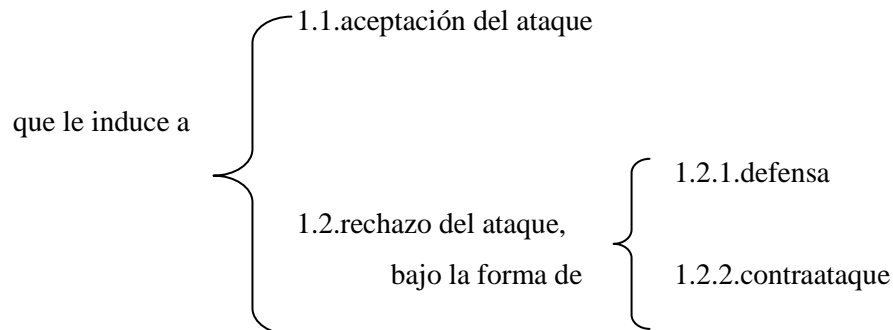
3) escatima deliberadamente la cortesía esperada por el oyente

4) ofende deliberadamente al oyente con propósito

- 4.1. lesivo de la imagen del oyente
- 4.2. defensivo de la imagen del hablante

- Cuando el oyente:

1) Interpreta el comportamiento del hablante como un ataque intencional a su imagen,



2) esgrime deliberadamente su silencio para expresar desacuerdo con la emisión del hablante

**Gráfico 10. Tomado de S. Kaul de Marlangeon (2008b: 258-259)**

Tras ello, aporta S. Kaul de Marlangeon (2008b) una escala ascendente de tipos de descortesía, de menos descortés a más descortés, según la intención del hablante:

- 1) Actos formalmente descorteses animados de un propósito cortés
- 2) Actos descorteses involuntarios
  - 2.1. Metedura de pata.
  - 2.2. Escatima involuntaria de la cortesía esperada por el oyente
  - 2.3. Prescindencia involuntaria de cortesía
- 3) Autodescortesía
- 4) Actos formalmente corteses animados de un propósito descortés
- 5) Escatima deliberada de la cortesía esperada por el oyente
- 6) Silencio abrumador
- 7) Descortesía de fustigación

Con referencia a los actos formalmente descorteses animados de un propósito cortés, la estrategia consiste en que el hablante opta por una vía descortés con un propósito cortés. Realmente nos encontramos ante enunciados irónicos corteses, del tipo *¡claro, siendo tú tan fea!* (dicho a una chica bonita)<sup>42</sup>. Lo contrario sucede con la descortesía del cuarto tipo: se busca un objetivo descortés con herramientas corteses. Sería el caso de un joven que acaba de

---

<sup>42</sup> Ejemplo tomado de S. Kaul de Marlangeon (2008b, 260)

perder la herencia de su padre en beneficio de su hermano, y le dirige a este un *¡que la disfrutes!* Por supuesto, la entonación, los gestos y la situación serán claves a la hora de interpretar estos giros.

Dentro de los actos descorteses involuntarios, la llamada *metedura de pata* hace referencia a equivocaciones a la hora de construir el enunciado, es decir, nos encontramos ante meras confusiones involuntarias que, como tal, suavizan en gran medida el efecto descortés del enunciado. S. Kaul de Marlangeon (2008b) pone el ejemplo de una presentadora que se dirige a su invitado diciendo: *hace mucho tiempo que no veía un trabajo tuyo tan profundo*; cuando lo que quería decir realmente era *hace mucho tiempo que no veía un trabajo tan profundo como el tuyo*. En cuanto a la diferencia entre la *escatima involuntaria de cortesía* y la prescindencia de esta, nos encontramos ante un problema de grados. En el primer caso el hablante se muestra menos cortés de lo que el oyente habría esperado, en el segundo, el hablante no muestra ningún tipo de cortesía en una situación en la que el que escucha sí la esperaba. Pone como ejemplo la respuesta de un receptor que ha sufrido ambos tipos de descortesía:

- Escatima involuntaria de descortesía: *estaba tan absorto en su problema, que apenas me dijo gracias.*
- Prescindencia involuntaria de descortesía: *estaba tan absorto en su problema, que ni siquiera me dio las gracias.*<sup>43</sup>

También hace referencia a la descortesía que va dirigida a uno mismo, como en enunciados del tipo *¡si seré gilipollas!* Para esta clase de estrategias utiliza el término de *autodescortesía*. Esta, a su vez, puede producirse de manera auténtica, por un lado, o de manera mecánica, por otro, es decir, con la intención última de buscar en el oyente una respuesta laudatoria: *“¡pero no, con lo inteligente que es usted!”*<sup>44</sup>

Con respecto al *silencio abrumador*, apunta S. Kaul de Marlangeon (2008b) que “es el único caso de descortesía ejercida por el oyente” (261). Se refiere esta autora a la no emisión de ningún enunciado en una situación en la que el interlocutor estaría esperando una respuesta colaborativa.<sup>45</sup>

<sup>43</sup> Ejemplo tomado de S. Kaul de Marlangeon (2008b)

<sup>44</sup> Ejemplo tomado de S. Kaul de Marlangeon (2008b)

<sup>45</sup> S. Kaul de Marlangeon (2008b) pone el ejemplo de un alumno que pregunta a otro: *es un gran profesor, ¿verdad?* Tras ello, el otro alumno se queda en silencio, indicando claramente su desacuerdo.

En el nivel más elevado de la escala S. Kaul de Marlangeon (2008b) sitúa la llamada *descortesía de fustigación*, que define como “agresión verbal del hablante al oyente, un tipo de descortesía abrumadoramente constituida por comportamientos volitivos, conscientes y estratégicos, destinados a herir la imagen del interlocutor para responder a una situación de enfrentamiento o desafío o con el propósito de entablarla” (262). Los ejemplos más claros de este tipo de descortesía serían los insultos. Explica este fenómeno a través de los conceptos de imagen de autonomía e imagen de afiliación acuñados por D. Bravo (1999a). Como homólogos a ellos propone dos términos: *refratariedad*, es decir, la autonomía exacerbada ante un grupo con respecto al que desea verse como opositor; y *afiliación exacerbada*, o deseo de ser visto como adepto al grupo, hasta tal punto que se llega a escoger la descortesía en su defensa. Como ejemplo de descortesía de fustigación ocasionada por *refratariedad* a un grupo pone ejemplos letras de tangos donde se expresa su rechazo al grupo de lo femenino. Como ejemplo de esta descortesía originada por *afiliación exacerbada* toma fragmentos de conversaciones entre sargentos y reclutas, donde la descortesía es un medio de identificarse con el grupo de los militares.

A partir del ejemplo sobre descortesía por *refratariedad* tomado de las letras de tango observamos una de las novedades más interesantes de los estudios de esta autora. Nos referimos a su idea de relacionar descortesía y argumentación. Según esto, un hablante puede atacar la imagen de un oyente ficticio o no presente para desacreditar su imagen delante de su audiencia. Es decir, el hablante ataca la imagen de la mujer como miembro del grupo contrario, e intenta convencer de esta idea de descrédito a sus destinatarios directos. Se está apuntando, por tanto, la posibilidad de que pueda haber descortesía dirigida no al destinatario principal, sino a una tercera persona, tema de su discurso, a la que se ataca en su imagen. Esta tercera persona puede hacerse eco y reaccionar ante esa descortesía, convirtiéndose así en destinatario indirecto de ese enunciado.

De la clasificación anteriormente expuesta se deduce que los actos involuntarios son los únicos que no pertenecen a la llamada descortesía estratégica. Esta autora describe una serie de rasgos que puede poseer este tipo de descortesía que se realiza intencionadamente. La descortesía estratégica, según S. Kaul de Marlangeon (2010), puede ser:

- Intragrupal: se produce entre individuos de un mismo grupo.
- Individual-grupal: se produce un enfrentamiento entre un individuo y un grupo al que se opone, o bien entre dos individuos de grupos distintos.

- Grupal: se produce entre dos grupos
- Bilateral o bidireccional: la que tiene una contestación por parte del ofendido.
- Unilateral o unidireccional: sin respuesta por parte del ofendido.
- Sincrónica: se produce en presencia del destinatario.
- Asincrónica o mediada: se produce en ausencia del destinatario
- Ritual: la que se da dentro de una ceremonia
- No ritual: no se da en una ceremonia
- Crónica: se da de una forma continuada, persistente.
- *Ad hoc*: se da exclusivamente para una circunstancia determinada.
- Aparente: tiene forma de descortesía pero no tiene intención de atacar la imagen de otro<sup>46</sup>.
- Real: descortesía auténtica
- Ideológica: la provocada por la ideología
- No ideológica: provocada por motivos externos a los ideológicos.
- Coral: practicada simultáneamente por un grupo en forma de estribillo
- Singular: emitida individualmente.

Como hemos podido comprobar, el desarrollo teórico de S. Kaul de Marlangeon supone uno de los más ambiciosos y exhaustivos dentro de los estudios de descortesía en el ámbito hispánico.

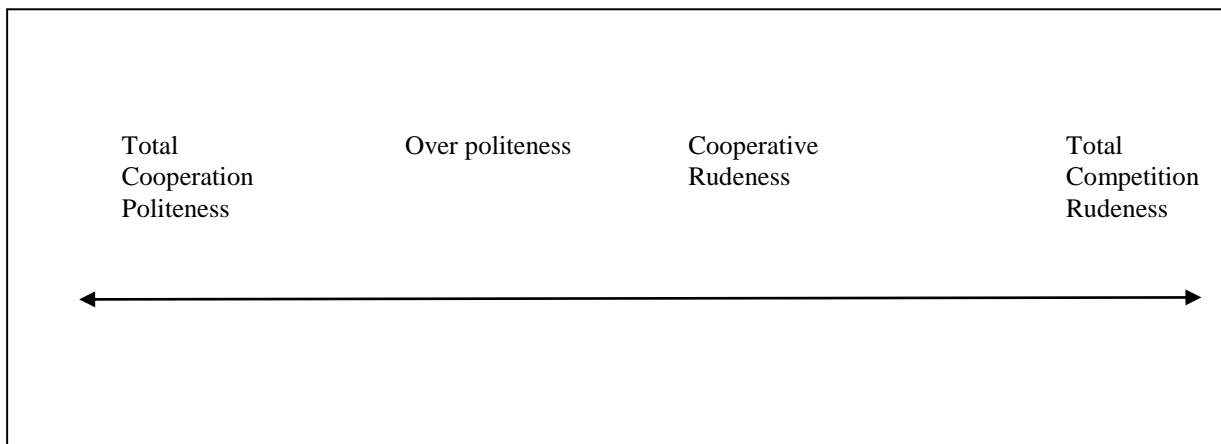
#### 2.1.2.2.2. M. Kienpointner

Esta autor rechaza la idea de definir la descortesía como fenómeno contrario a la cortesía. Cree que es un hecho independiente, y que hay contextos donde lo normativo es el ataque a la imagen del otro sin ningún tipo de atenuante. En este sentido, afirma M. Kienpointner (2008) que “within certain contexts, situations or institutions, impoliteness is even the normal and expectable communicative behavior [...]” (244).

Incorpora los términos de *cooperación total cortés* (cortesía) y *competitividad total* como extremos de un continuo del comportamiento lingüístico, donde encontramos, además:

---

<sup>46</sup> Es la llamada *anticortesía*.



**Gráfico 11. Adaptado de M. Kienpointner (1997: 258)**

Este autor iguala los conceptos de *impoliteness* y *rudeness*, que hacen referencia a un tipo de comportamiento comunicativo no cooperativo que desestabiliza las relaciones personales de los interactuantes, y dificulta la consecución de los objetivos aceptados por ambos. A su vez, considera que esta descortesía crea una atmósfera de antipatía originada por intereses particulares y egocéntricos, y, por último, que está determinada por variantes de poder, distancia, emociones y un concepto escalar del coste-beneficio que está generalmente aceptado por una comunidad. Sobre la *hipercortesía*, señala que consiste en una aplicación menos óptima de la cortesía en una sociedad determinada. Con respecto a la *descortesía cooperativa*, afirma que aparece con la intención de crear algún tipo de conflicto, por lo que no puede igualarse con la cortesía. Esta *descortesía cooperativa* se divide en *descortesía simulada*, por un lado, donde encontraríamos casos de ironía, bromas e insultos rituales, y una *descortesía de interés común*, por otro, donde encontraríamos, a su vez:

- Descortesía reactiva: como reacción a un ataque previo.
- Descortesía socializada: para estrechar los lazos identificativos dentro de un determinado grupo social.

Dentro de la cortesía no cooperativa, diferencia entre la motivada y la no motivada. La inmotivada se define por llevarse a cabo por hablantes que no poseen la competencia necesaria dentro de una lengua, como niños o no nativos, aunque también incluye aquí los casos de errores involuntarios entre hablantes de la misma lengua. Dentro de la descortesía motivada, distingue M. Kienpointner clases según afecten a instituciones públicas, grupos o individuos.

Por otro lado, este autor relaciona el fenómeno de la (des)cortesía con la finalidad argumentativa de la interacción. En esta línea, establece un campo común de acción donde pueden encontrarse la descortesía y los argumentos emocionales, ya que considera que todo enunciado de confrontación (descortés) implica la utilización de este tipo de estrategias (emocionales). P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) ya pusieron de manifiesto no solo la capacidad racional del hablante, sino también su capacidad emocional a la hora de describir sus variantes de poder, distancia y grado de imposición en la conversación. Así, indica M. Kienpointner (2008) que todo acto descortés conlleva una elevada implicación emocional ya que “the rank of imposition of a speech act in a culture often implies certain emotions [...]” (247).

Este autor no está de acuerdo con la crítica tradicional que ha etiquetado los argumentos emocionales como falacias. Piensa, por el contrario, que algunos argumentos basados en emociones pueden servir como justificación o refutación de ciertas ideas. Así, considera que sería más operativo dividirlos no entre emocionales y racionales, sino entre convincentes e ilegítimos.

Entre los subtipos de argumentos emocionales destaca los llamados *ad hominem* (ataque personal) y *ad populum* (apelación a la emoción de las masas), y señala una serie de estrategias descorteses relacionadas con ellos. Con respecto al argumento *ad hominem*, señala las siguientes:

- Ataques personales directos sobre las carencias físicas o mentales del oyente. Aquí se utilizan normalmente los insultos.
- Acusarle de tendencioso o parcial.
- Reprocharle el hecho de pertenecer a un grupo con cualidades negativas. A esta estrategia la llama “culpabilidad por asociación” (*guilty by association*).

En cuanto a las estrategias que utilizan argumentos *ad populum*, señala que son las que van más frecuentemente unidas a la descortesía, ya que se usan con frecuencia en ataques entre grupos ideológicamente contrarios. Nos encontramos en un terreno cercano a la llamada *descortesía grupal* a la que se refiere S. Kaul de Marlangeon (2010).

La mayoría de estos argumentos son utilizados de una manera tramposa, es decir, son transformados en falacias. Es cierto que estos contenidos falaces son de gran utilidad al hablante que pretende construir un discurso descortés, pero también pueden darse en un discurso donde reine la armonía y la intención del hablante de mantener la imagen del oyente.

Entre las críticas a las ideas de M. Kienpointner encontramos una que trata sobre la relación entre la descortesía y el comportamiento competitivo. M. Locher y J. Watts (2008) ponen en duda esto, y afirman que el comportamiento competitivo puede interpretarse de manera positiva en ciertos contextos.

#### 2.1.2.2.3. *La descortesía dentro del comportamiento general del ser humano. El trabajo relacional (relational work)*

En los últimos años una serie de autores ha elaborado sus ideas sobre (des)cortesía verbal dentro del marco de las llamadas actividades de relación o *relational work*. Este concepto, definido primordialmente en los estudios de M. Locher y R. Watts (2005), R. Watts (2005) y M. Locher (2006), hace referencia al trabajo que la gente invierte al negociar sus relaciones en la interacción. Esto se basa en la idea de que en la comunicación no solo importan aspectos informativos, sino también interpersonales. Partiendo de estas relaciones, estos autores no dan preponderancia al comportamiento cortés o a la búsqueda de la armonía entre los participantes. Es más, asignan a la descortesía un papel fundamental en el marco teórico que exponen. Como ya explicamos en (2.1.1.3.2.), M. A. Locher y R. Watts (2005) afirman que las actividades de imagen no solo sirven para explicar el comportamiento correcto, sino también los casos en los que el acto de habla no se orienta hacia la cooperación y el equilibrio social. Pero han sido pocos los estudios que se han centrado en la descortesía verbal, y, por ello, en los últimos años están intentando cubrir ese hueco. M. A. Locher y D. Bousfield (2008) apuntan que “at this time little had been written or researched on impoliteness. The notable exceptions being Lachenicht (1980), Culpeper (1996, 1998) and Kienpointner (1997)” (1). De la misma manera, critican que los pocos estudios que tratan sobre este fenómeno tratan la descortesía verbal como un hermano pequeño de la cortesía<sup>47</sup>.

Ya indicamos en un apartado anterior que estos autores describen la (des)cortesía como dos extremos de un *continuum*, que ilustran a partir de un cuadro del comportamiento general del ser humano.<sup>48</sup> Aquí el comportamiento descortés es el marcado en forma negativa, y aparece definido también como inapropiado. El hecho de que un individuo interprete un enunciado como cortés, descortés o no cortés depende de un juicio subjetivo a partir de una

---

<sup>47</sup> “We argue that it is also time to systematically look at impoliteness, to long neglected ‘poor cousin’ of politeness.” (M. A. Locher – D. Bousfield: 2008: 2)

<sup>48</sup> Cf. Gráfico 5.



serie de normas originadas desde de la categorización de experiencias pasadas propias o ajenas. Estas normas tienen, por tanto, raíz cognitiva, por depender de la imagen subjetiva de la persona, pero también base social, ya que se construyen a partir de reglas externas consensuadas pero sujetas a cambio de manera constante. Esto se debe a que son flexibles, parten de una situación dada, y están sujetas a renegociaciones constantes, lo que puede llevar a provocar ciertos desacuerdos relacionados con lo que es o no cortés dentro de un mismo grupo social. En definitiva, y como añaden M. Locher y J. Watts (2008), “there is, in other words, no linguistic behaviour that is inherently polite or impolite” (78).

También encontramos ciertas diferencias en estos autores, sobre todo a la hora de focalizar la responsabilidad en el emisor o en el receptor del fenómeno. M. A. Locher y R. Watts (2008) consideran la interpretación negativa del receptor lo determinante a la hora de etiquetar un comportamiento comunicativo como descortés, más allá de la intención del hablante. Es decir, el oyente debe interpretar que el emisor ha infringido ciertas reglas socialmente estipuladas que atacan a su imagen. Sin embargo, D. Bousfield (2008) define descortesía como “constituting the issuing of intentionally gratuitous and conflictive face-threatening acts (*FTAs*) that are purposefully performed” (132). En la línea de J. Culpeper, para D. Bousfield la clave está en la interpretación del oyente de la intención del hablante. Es decir, un emisor debe tener intención de dañar la imagen de un receptor, y este debe interpretar tal acción como intencionada.

A pesar de las dificultades que implica definir el concepto de poder (*power*), estos autores afirman que las relaciones de poder y la descortesía están íntimamente relacionadas. Como afirman M. Locher y R. Watts (2008), “power, like impoliteness, is discursively negotiated and is always latently present in every instantiation of social practice. Indeed, power is intimately linked to individual perceptions of impolite behaviour [...]” (86). La descortesía, por tanto, siempre supone un ejercicio de poder que crea algún tipo de efecto en el interlocutor, y que altera el entorno de acción de este. De la misma manera, cuando un receptor ve dañada su imagen, este encuentra su propia manera para renegociar estas relaciones de poder, y responder así al agravio para restablecer el equilibrio inicial. Es decir, estas relaciones, al igual que las actividades de imagen, son flexibles y se van renegociando a lo largo de la interacción.

Son muchos los autores que se han percatado de los felices hallazgos teóricos que la teoría del comportamiento relacional ha aportado. Entre ellos, subraya J. Culpeper (2008) la

idea de que no existe ninguna forma lingüística particular intrínsecamente (des)cortés, sino que esto depende de la evaluación que los participantes hacen de ella en una situación concreta. Sin embargo, critica de este enfoque el hecho de que la (des)cortesía se ve como un fenómeno tan resbaladizo y sujeto a cambio, que estos autores no han conseguido aportar un autorizado recuento de estrategias que ayuden a fortalecer su teoría.

### 2.1.3. Últimos estudios sobre (des)cortesía verbal

Hoy día los estudios sobre el fenómeno de la (des)cortesía<sup>49</sup> verbal son muy numerosos, ya que se ha generalizado entre investigadores de diferentes ámbitos la gran operatividad de este concepto, así como su enorme rentabilidad a la hora de insertarlo en estudios de base sociológica o lingüística.

Además de los enfoques teóricos que hemos abordado en los apartados anteriores, se han extendido en los últimos años estudios que afrontan la (des)cortesía desde una perspectiva más empírica. En un primer lugar, trataremos diferentes trabajos según su ámbito de estudio<sup>50</sup>: ilocutivo, interactivo, discursivo, estilístico y no verbal. Tras ello, nos centraremos en estudios centrados en contextos concretos de aparición.

Desde un punto de vista ilocutivo, podemos destacar trabajos que se centran en actos de habla concretos, como los exhortativos. Aquí podemos destacar los estudios de D. Pinto (2010) sobre las peticiones, o el estudio de J. Escamilla, G. H. Vega y E. E. Morales (2008) sobre la solicitud de información. Sobre actos expresivos, podemos señalar los trabajos de L. Rodríguez Alfano y E. Jiménez Martín (2010) sobre el halago, el de J. Ohashi (2010) sobre el agradecimiento en japonés o los de M. Bernal (2008) o J. García-Medall (2008) sobre el insulto. También podemos hacer referencia a estudios centrados en el fenómeno de la atenuación, como los de M. Albelda Marcos (2010), M. Albelda Marcos y J. Conteras (2009) o el de A. Briz (2011).

Dentro del ámbito ilocutivo se echan en falta más trabajos sobre entonación. En este sentido destaca M. E. Placencia (2007) que “se ha enfatizado el análisis de aspectos morfosintácticos y léxicos y se ha dado muy poca atención a recursos fónicos de carácter

---

<sup>49</sup> Acuñaemos el término *(des)cortesía* en el sentido de B. Lavandera (1988), es decir, como una propiedad de los actos de habla que está dentro de un *continuum* formado por los conceptos de cortesía, grado neutro y descortesía.

<sup>50</sup> Empleamos este término en el sentido en que ya lo emplea M. E. Placencia (2007), siguiendo a H. Spencer-Oatey (2000).

suprasegmental” (115). En esta línea podemos señalar los trabajos de A. Hidalgo Navarro, entre los que destacamos su estudio sobre las marcas prosódicas de la descortesía en español<sup>51</sup>, o el que hizo en colaboración con A. Briz (2008) sobre prosodia y marcadores discursivos.

Centrándonos más en lo interactivo, son muchos los autores que se acercan a aspectos relacionados con los turnos de habla y sus funciones. Esto lo estudia L. Fernández Amaya (2010), por ejemplo, centrándose en las secuencias de cierre de las conversaciones telefónicas. También podemos destacar los trabajos sobre la interrupción de T. Vinther (2011) o I. Hutchby (2008).

Partiendo de un enfoque más discursivo, ha habido muchos estudios que parten de la organización temática y la estructuración de un tipo de texto concreto. Es el caso de D. Dumitrescu (2009), sobre entrevistas a jóvenes caribeños. Encontramos trabajos sobre debates, como los de E. Brenes Peña (2009c) o F. D. Erlich (2008). Otros destacados son los acercamientos de A. Cordisco (2008) sobre la descortesía en las intervenciones epistolares, los trabajos de J. Escamilla Morales (2009) sobre la cortesía en las canciones, el de M. Shiro (2008) sobre narraciones infantiles, o S. Kaul de Marlangeon (2009), que toma como corpus los chistes étnicos.

En esta línea son muchos los trabajos que estudian la estrecha relación existente entre (des)cortesía y argumentación. Entre ellos destacamos: M. Kienpointner (2008), S. Douglas (2008), C. Fuentes Rodríguez (2009e, f), S. Alcoba y D. Poch (2010).

Desde un punto de vista estilístico, podemos señalar numerosos estudios centrados en la relación entre ironía y (des)cortesía. En este campo es importante subrayar la labor del grupo GRIALE de la Universidad de Alicante. Entre sus últimos trabajos destacamos los de L. Ruiz Gurillo y X. Padilla (2009) o el de J. Fernández Jaén (2009). Sin apartarnos de lo estilístico, debemos dar cuenta de los estudios sobre fórmulas de tratamiento, sobre todo aquellos que tratan las formas pronominales, que han sido muy abundantes. Entre los últimos, podemos destacar el artículo de N. Guerra (2008) en el que contrasta la lengua inglesa y la española, el de L. Orozco (2010), sobre diferencias del género en el trato pronominal, o el J. Medina López (2010) sobre el tuteo.

Con respecto al ámbito no verbal, señalan M. E. Placencia y C. García (2007): [... the non-verbal domain seems to be the area that has received the least attention” (376). Parecen

---

<sup>51</sup> A. Hidalgo Navarro (2006b).

necesarios, por tanto, estudios que lleven a cabo la sistematización de estos recursos en conjunción con lo puramente verbal. Hasta el momento, podemos destacar antiguos estudios sobre las miradas (L. Fant, 1989, 1992, 1995), o algunos más recientes sobre el valor conversacional de la risa (D. Bravo, 1996, 1998) o L. Granato (2003).

Son muy productivos los estudios centrados en contextos concretos, donde los participantes adquieren unos roles muy específicos. Nos referimos a los estudios sobre (des)cortesía y discurso político como los de C. Fuentes Rodríguez (2009f, 2010c, 2011a), A. Bolívar (2010) o G. Mapelli (2010), así como otros centrados en la publicidad, como los de G. Martínez (2008), E. Alcaide Lara (2010), M. J. García Vizcaíno (2010) o N. Hernández Flores (2010). Podemos destacar trabajos que tratan sobre qué tipos de relaciones se establecen entre los interactuantes en su lugar de trabajo, como el de A. Bolívar (2008). De la misma forma, se están prodigando aquellos que fijan su mirada en los medios de comunicación de masas: la televisión, en E. Brenes Peña (2009e), o J. L. Blas Arroyo (2010), la radio en J. M. López (2010, 2011), la prensa en E. Forgas Berdet (2010), o incluso el cine: F. de Almeida, C. R. Do Santos y L. Rebollo (2008) o D. Pinto (2010). Las nuevas tecnologías también están muy presentes en estos estudios, cuyo objetivo radica en definir el comportamiento descortés en estas innovadoras formas de comunicación (in)mediatas y no presenciales. En esta línea podemos destacar los trabajos de R. Cuadros Muñoz (2011), C. Hardaker (2010), M. A. Locher (2010), A. Bañón (2010), P. Garcés y P. Bou (2008), L. Mariottini (2008), M. V. Nobilia (2008) o C. Fuentes Rodríguez (2009g).

Son de gran utilidad pedagógica los trabajos cada vez más frecuentes centrados en la enseñanza y adquisición de segundas lenguas. Destacamos los de S. Urbina (2008), M. I. Rodríguez Ponce y C. Amador Moreno (2010) o el de P. Gil, P. Bernas y M. Borreguero (2010).

También son muchos los acercamientos que se centran en sectores concretos dentro de una población. En esta línea, algunos tratan la variación en el uso de la (des)cortesía según el sexo de los participantes, como es el caso de D. A. Igualada (2008) o L. Orozco (2010). En este sentido, M. E. Placencia (2002) señala que se debe poner más atención a cómo se marca el género en las interacciones, así como tener en cuenta otras sexualidades, no solo las heterosexuales. También son muchos los realizados a partir del habla entre jóvenes, como el de D. Dumitrescu (2009) o el de A. B. Stenström (2009).

Encontramos trabajos que ponen en relación la (des)cortesía con temas concretos, normalmente delicados o conflictivos para una sociedad determinada. En esta línea, podemos destacar las aportaciones de M. Zambrano Paff (2010) o A. Bañón (2008a, 2008b) sobre inmigración. También podemos hacer referencia al estudio de C. Aracelys López y A. Álvarez Muro (2010) sobre el síndrome de Down.

De la misma forma, se siguen prodigando estudios basados en lenguas concretas: J. Oashi (2008, 2010) sobre el japonés, L. Brown (2011) sobre el coreano, Y. Pan (2011) sobre el chino, etc. Encontramos estudios contrastivos como el de D. Holmlander (2008) sobre la atenuación en español y sueco, o el de D. Dumitrescu (2010) sobre la cortesía ritual en español y en rumano. Y dentro del ámbito hispánico podemos destacar los trabajos de F. D. Elrich-Y. Ramírez (2010) sobre el español de Venezuela, el de J. C. Félix-Brasdefer (2008) sobre el español de México y República Dominicana, o el de L. Alba-Juez (2008) sobre el español de España y Argentina.

De manera no muy prolija están apareciendo valiosos estudios diacrónicos, como el de M. Cristobalino Moreno (2008), S. Iglesias Recuero (2010) o M. E. Vázquez Laslop (2010).

Debemos señalar también la creciente presencia de estudios sobre (des)cortesía y violencia verbal en revistas y publicaciones periódicas. *Journal of Politeness Research*, por ejemplo, lleva desde 2005 dedicándose monográficamente al estudio de la (des)cortesía en sus diferentes expresiones verbales y no verbales. Otras revistas han dedicado números concretos sobre el fenómeno, como *Español Actual* (2010) o el número cuatro del volumen cuarto de *Discurso y Sociedad*, de ese mismo año. Otras publicaciones como *Journal of Pragmatics* u *Oralia* en el ámbito hispánico también suelen erigirse como un cualificado escaparate de este tipo de estudios.

Por otro lado, la aparición de grupos de trabajo que centran su labor en la (des)cortesía nos da una idea de la enorme actualidad del tema. Uno de ellos es el *Linguistic Politeness Research Group*, fundado en 1988, y formado por investigadores como D. Bousfield, S. Mills, M. Locher, S. Harris o M. Terkourafi. Su intención es la de, a través de publicaciones y congresos, desarrollar un modelo teórico de análisis de la (des)cortesía.

De la misma manera, la enorme actualidad de los estudios sobre (des)cortesía en el ámbito hispánico se acredita gracias a la existencia de otros grupos de trabajo dedicados al tema. El grupo Val.Es.Co, del Departamento de Filología Española de la Universidad de Valencia, dirigido por A. Briz, se dedica, entre otras tareas, a estudiar el efecto (des)cortés de

diferentes estructuras coloquiales. También podemos destacar la labor del grupo GRIALE (Grupo de investigación para la Pragmática y la Ironía del Español) del área de Lengua Española del Departamento de Filología Española de la Universidad de Alicante, que centra sus estudios en el análisis funcional y social de la ironía. De la misma forma, el grupo “Argumentación y persuasión en lingüística”, del Departamento de Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura de la Universidad de Sevilla, dirigido por Catalina Fuentes Rodríguez, está contribuyendo al estudio de este fenómeno en relación con la argumentación, teniendo en cuenta las diferencias discursivas, situacionales, contextuales, intencionales, de interpretación, etcétera, en los que se da un acto de habla determinado. Desde fuera de España también se está llevando a cabo una tarea valiosísima. Una de las mayores aportaciones proviene del programa EDICE, (Estudios del Discurso de Cortesía en Español), de la Universidad de Estocolmo, y dirigido por Diana Bravo. Sus estudios se centran en mayor medida en el español de América. Del mismo modo, desde la Asociación para el Estudio del Español en Sociedad (*Spanish in Society*) se tratan las diferentes variantes del español en relación con la (des)cortesía desde una perspectiva no etnocentrista. Encontramos aquí a profesores como M. E. Placencia, M. Stewart o R. Márquez Reiter, entre otros.

En definitiva, los estudios de (des)cortesía están teniendo un enorme éxito en los últimos años debido al requerimiento por parte de una sociedad globalizada de conocer las diferentes estrategias que rigen los comportamientos en cada cultura. Así, los últimos trabajos han pasado de centrarse en estructuras concretas y normativas de manera aislada y microscópica, a abrir el campo visual y tener en cuenta las normas sociales no solo desde cada cultura, sino también dependiendo de situaciones concretas, géneros y subgrupos culturales. Los retos para el futuro consisten en afrontar el fenómeno (des)cortés en una perspectiva de ida y vuelta, desde los comportamientos verbales a los tipos de discursos concretos y al revés, todo sin perder de vista las premisas culturales a las que estos comportamientos están sujetos. De esta manera, disciplinas como la sociología, la pragmática intercultural o sociocultural, la psicología social o la pragmalingüística deben ponerse al servicio de un objetivo comunicativo que va más allá de lo puramente lingüístico: describir la conducta general del ser humano.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Ante la imposibilidad de citar todos los estudios que tratan el fenómeno de la (des)cortesía, nos hemos guiado por los criterios de relevancia y actualidad. Así, intentamos hacer referencia a los trabajos que han adquirido una

## 2.2. Caracterización de la (des)cortesía verbal

### 2.2.1. Consideraciones previas

Como han atestiguado ya varios autores, el término *cortesía*<sup>53</sup> hace alusión a las normas de comportamiento que debían seguir los cortesanos en la Edad Media para así distinguirse del pueblo llano<sup>54</sup>. Estas normas regían la forma de actuar y de expresarse según el acontecimiento que tuviera lugar- un entierro o una boda-, o teniendo en cuenta la identidad de los participantes (ya fueran hombres, mujeres, caballeros, campesinos...) Es interesante cómo encontramos ya en su definición original la idea de que la adecuación a cierta norma social, así como la forma en que esta cambia según el tipo de acto o los participantes de la misma, son factores que determinan este comportamiento. En este sentido, en el siglo XVIII el *Diccionario de autoridades* también hace referencia a un conjunto de reglas que definen “el modo de proceder urbano.”<sup>55</sup>

Actualmente, el Diccionario de la RAE<sup>56</sup> define el término como la “demostración o acto con que se manifiesta la atención de respeto o afecto que tiene alguien a otra persona”. En esta misma línea aparece en el *Diccionario del uso* de M. Moliner, pero añadiendo el factor social, clave para comprender el funcionamiento de la cortesía:

“[...] conjunto de reglas mantenidas en el trato social con las que las personas se muestran entre sí consideración y respeto” (M. Moliner, 2008[1966-67]: 785)

La cortesía, por tanto, hace referencia a un comportamiento del ser humano en sociedad que puede manifestarse, entre otras formas, a través de la lengua.

Así, y desde nuestra perspectiva como lingüistas, nos proponemos estudiar el valor cortés o descortés que ciertas estructuras de la lengua adquieren en el uso, pero teniendo muy presente, tal y como aparecen ya desde las definiciones originarias del término, que este comportamiento está condicionado por determinados factores sociales, culturales o históricos.

---

mayor trascendencia en cada línea de estudio en los últimos años, centrándonos en aquellos publicados a partir de 2008. Para una enumeración más detallada y ampliada, puede consultarse el apartado de bibliografía (7).

<sup>53</sup> R. Márquez Reiter y M. E. Placencia (2005: 165) datan su primera aparición en el s. XIII.

<sup>54</sup> H. Haverkate (2004) observa que los términos correspondientes para el alemán (*Höflichkeit*) y para el holandés (*hoffelijkheid*) provienen también de “corte” (*hof*).

<sup>55</sup> Real Academia Española (edición facsímil de 2002).

<sup>56</sup> Siempre que citemos este diccionario partiremos de su versión electrónica en [www.rae.es](http://www.rae.es)

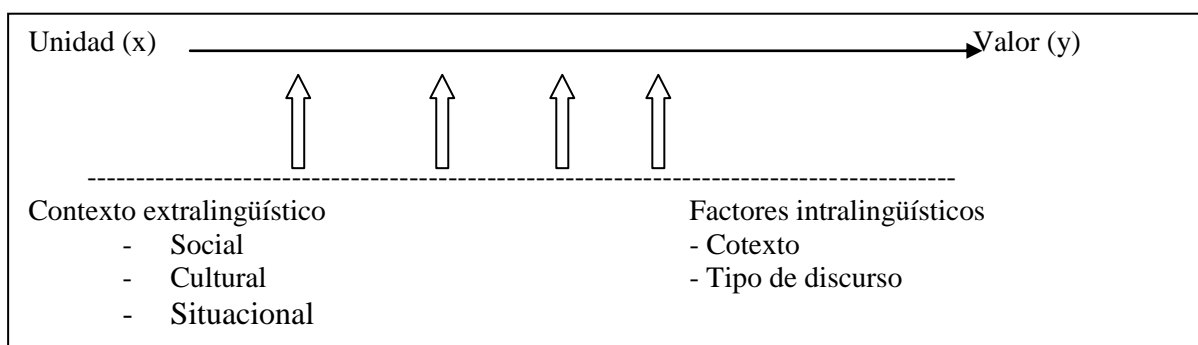


Por este motivo creemos que debemos valernos de las dos corrientes que se han encargado de afrontar el análisis de este fenómeno: la pragmalingüística y la sociopragmática. Como afirma C. Fuentes Rodríguez (2011) acerca de ambas disciplinas, “en una potenciamos lo lingüístico y lo social actúa como ilustración de los contextos en los que se producen esos usos. En la otra, se estudian los factores sociales como importantes y los elementos lingüísticos como manifestación” (34). Sin perder de vista, como hemos dicho, nuestra perspectiva más ligada a lo lingüístico, creemos que solo fusionando ambas perspectivas podremos llegar a analizar y entender un fenómeno de tal complejidad.

En nuestra opinión, el uso exclusivo del enfoque sociopragmático da como resultado una visión limitada del fenómeno, ya que restringiría el análisis de la (des)cortesía a la relación entre un determinado elemento y los factores socioculturales que le rodean:

**Elemento lingüístico----- factores socioculturales**

Sin embargo, pensamos que, si bien un elemento dado está condicionado por factores socioculturales, también se ve influido por factores más “intralingüísticos” como el contexto o el tipo de discurso.<sup>57</sup> Es decir, la relación entre una determinada unidad y su efecto más o menos (des)cortés no es unívoca, pero esta “unidireccionalidad” no solo se rompe debido a factores sociales o culturales, sino también a otros más relacionados con lo lingüístico.



**Gráfico 12. Relación entre unidad lingüística y valor discursivo**

La (des)cortesía, por tanto, no es un valor que esté codificado en la genética de cada unidad verbal, sino un efecto social que dependerá del acomodo de esta unidad a ciertos factores contextuales, “extra” o “intralingüísticos”. En este sentido, E. Brenes Peña (2009e)

<sup>57</sup> C. Fuentes Rodríguez (2011: 40).



habla de la (des)cortesía como una función pragmática, ya que “es una relación que liga una palabra o estructura verbal con, en este caso, un elemento del contexto, el efecto social” (118).

Partiendo de esta perspectiva, en los siguientes apartados intentaremos caracterizar el fenómeno de la (des)cortesía verbal, y para ellos tendremos que prestar atención a conceptos como el de *imagen social*, *intencionalidad/ evaluación* o *contexto*.

### 2.2.2. La imagen social

El concepto de imagen es una traducción del término *face*, introducido por E. Goffman (1967):

“The term face is defined as the positive social value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact.” (E. Goffman, 1967: 5)”

Así, la imagen se constituye socialmente, y se refiere al deseo de la persona de proyectarse a sí misma ante los demás. Por ello, y en última instancia, es el grupo y sus reglas los que determinan cómo se define esa imagen del individuo.

Si alguien siente que es bien visto ante los demás se sentirá seguro y confiado. Sin embargo, si siente que su imagen ha sido atacada o traicionada, puede sentirse avergonzado y a disgusto. Ambos sentimientos afectarán de manera positiva o negativa a su relación con los demás.

E. Goffman (1967) comenta que hay dos tipos de actividades (*face-work*) destinadas a evitar posibles daños en la imagen: por un lado, tendríamos que evitar ciertos tipos de interacciones donde la amenaza pueda estar presente (*the avoidance process*), por otro, podemos corregir los desequilibrios que se producen tras un ataque a la imagen de otro (*the corrective process*).

De este estudio se desprende, en definitiva, que si queremos mantener una armonía en nuestra relación con los demás debemos preocuparnos por salvaguardar la imagen del otro en cada situación. En palabras de E. Goffman (1967) “to prevent disruption of this relationships, it is therefore necessary for each member to avoid destroying the others’ face (42).

P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) son los primeros que aplican los postulados sociológicos de E. Goffman (1967) a la teoría de la cortesía. Estos autores definen la imagen

como “the public self-image that every member wants to claim for himself” (61). Esta puede dividirse en:

- imagen negativa (*negative face*), que se define como el derecho de cada uno de preservar su espacio y sus derechos. Entrarían aquí casos como la libertad de acción o el de la no imposición.

- imagen positiva (*positive face*), que se define como el deseo de los interactuantes de que su imagen sea apreciada y valorada.

Así, y como ya apuntaba E. Goffman (1967), al comunicarnos estamos poniendo en juego nuestra imagen, por lo que esta puede verse dañada, elevada o permanecer como al principio. Esta idea de imagen como algo no fijo, que se va renegociando en la conversación es uno de los puntos clave de su teoría. De la misma forma, y a pesar de las pretensiones universalistas que se derivan de sus estudios, P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) ya matizaron que el concepto de imagen puede variar de una cultura a otra.

La imagen de los interlocutores puede verse dañada a través de actos de amenaza o *Face Threaten Acts* (FTAs), que pueden ir dirigidos a la imagen negativa del interlocutor, si pretenden coartar su libertad de acción, o hacia su imagen positiva, en el caso de que no se tengan en cuenta sus sentimientos y necesidades. Estos autores toman de E. Goffman (1967) la idea de que para evitar o suavizar estos actos amenazantes el hablante tiene la capacidad racional de llevar a cabo una serie de actividades de imagen, que son las que dan lugar a la cortesía (cf. gráfico 4).

A pesar de la valiosa aportación que supuso el estudio de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), fueron muchas las críticas que estos recibieron por no haber sabido interpretar correctamente las ideas de E. Goffman (1967). Muchos autores rechazaban su idea de imagen como demasiado unida a lo individual, sin tener en cuenta que el concepto de *face* se forma teniendo en cuenta a todos los miembros de la comunidad, y que esta puede variar según la situación.<sup>58</sup>

D. Bravo (1999a) también pone en cuestión esta pretendida universalidad de la teoría de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), y afirma que los postulados creados a partir de la identidad de una lengua anglófona como el inglés, no pueden extenderse a otros contextos culturales. Es decir, niega que los conceptos de imagen negativa y positiva sean universales, y

---

<sup>58</sup> M. A. Locher y R. Watts (2005: 11).

que puedan ser explicados más allá de unas estrategias atenuadoras aplicables tan solo a hablantes pertenecientes a una comunidad anglófona.

Para superar esto, esta autora acuña los términos *imagen de afiliación* e *imagen de autonomía*, basándose en las relaciones entre el *ego* y el *alter*. El primer tipo de imagen consiste en la necesidad del individuo de identificarse con el grupo; el segundo se basa en la necesidad de este de hacerse sitio o distinguirse dentro de ese grupo. Muchas actividades, sin embargo, pueden responder a criterios donde intervengan ambos tipos relacionados.

La novedad de su planteamiento radica en que los conceptos de *imagen de afiliación* e *imagen de autonomía* no deben ser utilizados como parámetros rígidos que deben aplicarse de igual forma a todas las culturas, sino más bien como categorías vacías que han de ser rellenas mediante la observación de las premisas culturales de cada comunidad. Como afirma D. Bravo (2000b), estas categorías “estarían en principio vacías y para poder comprender cuál es la imagen social de esos hablantes sería necesario rellenas con ‘contenidos’; a esos ‘contenidos’ los denominamos ‘contextos socio-culturales’” (22).

D. Bravo también toma de E. Goffman (1967) la idea de que esta imagen básica se divide socialmente en roles, es decir, en funciones que tienen que ver con la posición social de cada individuo con respecto a los demás. Así, la sociedad asigna, dependiendo de la situación, determinadas atribuciones que compondrán estos roles sociales que, además, se definen por la interacción de uno frente al otro.

Por tanto, la (des)cortesía de una determinada secuencia no solo vendrá regida por la imagen social imperante en una determinada cultura, sino también por cuál es el papel de los interlocutores en una situación determinada. Un consejo, por ejemplo, puede admitirse en una sociedad como la española, donde el deseo de ayudar al otro supone una intensificación de la imagen de afiliación, y donde, por otro lado, también se manifiesta la imagen de autonomía, ya que el que aconseja se muestra como un ser capacitado y con talento para poder realizar esa acción. Sin embargo, si el que aconseja es un alumno a su profesor, este acto puede interpretarse como descortés, ya que aquí se pone en juego su rol de enseñante y, por tanto, la expectativa de estar más capacitado y experimentado que el alumno. Así, la imagen social que manifestamos en cada interacción está relacionada con los roles que ponemos en juego en una situación concreta. Estos roles no son fijos, son flexibles y negociables, aunque se basan en un esquema general que da lugar a expectativas. Los roles madre-hija, por ejemplo, de una relación pueden ir cambiando a lo largo de los años, disminuyendo el carácter [+ autoritario]

de la madre para ir adquiriendo un papel cercano al de amigo o confidente. Incluso dentro de una misma conversación estos roles pueden ir actualizándose. Un jefe puede dirigirse a un empleado como tal o, en un momento dado, como un amigo: *esto te lo digo como amigo*.

En cuanto a su clasificación, D. Bravo habla de roles permanentes como los pares hombre/ mujer, otros temporales, como los de joven/viejo, y otros que dependen de circunstancias externas, como los de jefe o empleado. También encontramos roles dentro de la conversación: hablante, destinatario, auditorio.

K. Zimmermann (1998) habla de tres tipos de identidades o roles sociales: transportables, situacionales y discursivos. Los primeros hacen referencia a características más o menos estables regidas física y socioculturalmente: la edad o el sexo. El segundo tipo hace referencia a situaciones concretas, como el papel de amigo, de madre, de jefe o de empleado. El último señala a las diferentes funciones que se establecen en la conversación, y que van cambiando a lo largo de la misma: hablante, oyente, el que aconseja, el que critica...

Recapitulando, a la imagen básica<sup>59</sup>, individual, que todo individuo proyecta, debemos sumar la imagen proveniente de los diferentes roles o papeles que este ejerce según unos rasgos más o menos estables, según su situación o según qué función está ejerciendo este dentro de la conversación.

Finalmente, a estos dos tipos de imagen habría que añadir una imagen de grupo (D. Bravo, 2004; C. Fuentes Rodríguez, 2010d). Todos pertenecemos a determinados colectivos: familiares, religiosos, deportivos o ideológicos, cuya imagen se pone en juego en la comunicación. Por ello, no solo nos ofenderemos si alguien daña nuestra imagen individual, también lo haremos si atacan a nuestra familia, a nuestras creencias religiosas, a nuestra ideología o incluso a nuestro equipo de fútbol.

Este tercer tipo de imagen tendrá especial relevancia en nuestro corpus, ya que en este tipo discurso radiofónico de opinión es normal que el hablante realice una actividad cuya finalidad sea proteger su imagen grupal como miembro de una ideología liberal o conservadora; de la misma forma, el periodista suele atacar la imagen grupal del sector ideológico contrario, el de la izquierda.

En el siguiente fragmento el presentador del programa ataca claramente al Gobierno socialista, achacándole una maldad natural propia de su ideología. Frente a ellos sitúa al

---

<sup>59</sup> Tomamos este término de C. Fuentes Rodríguez (2010b: 856).

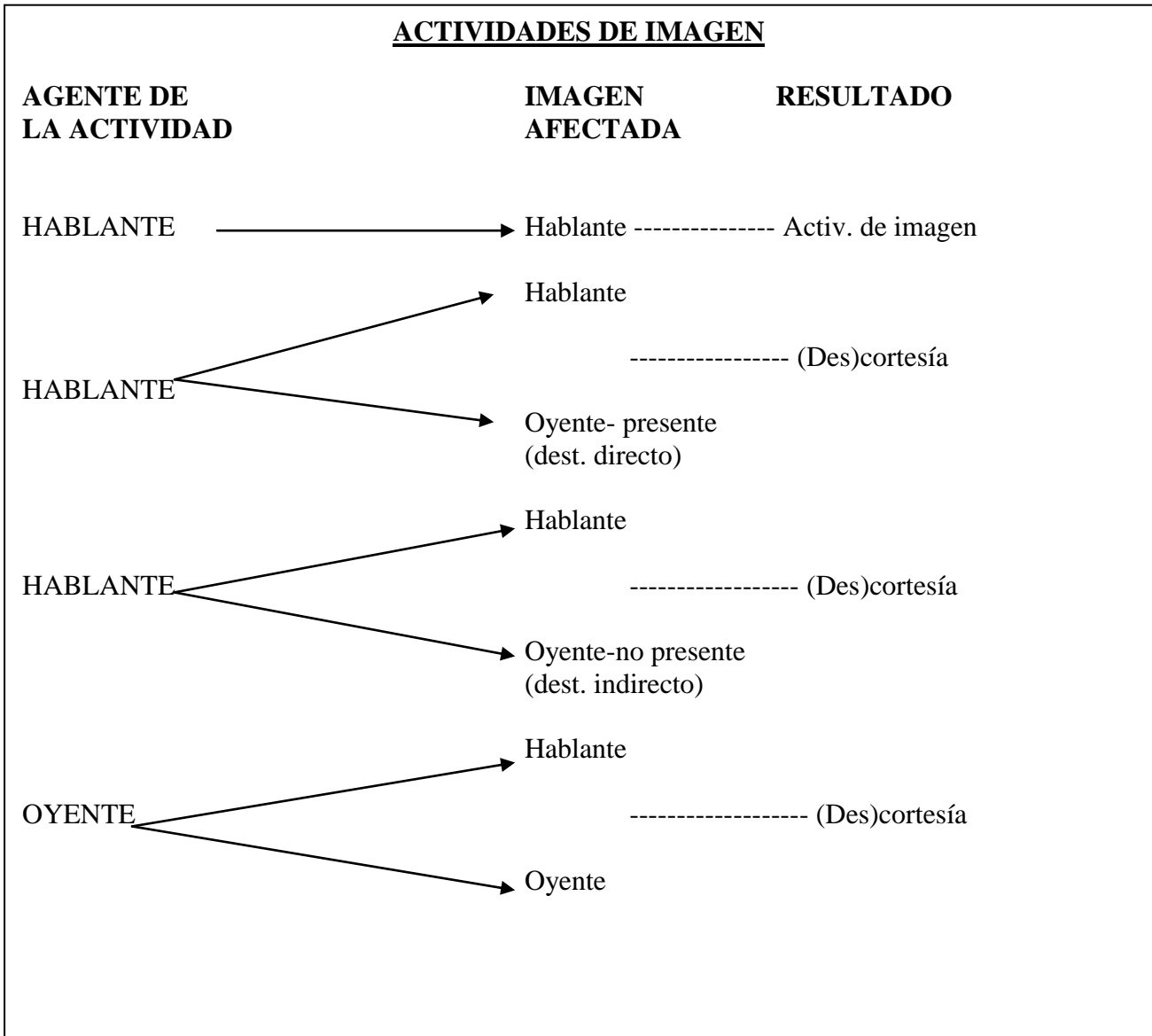
Partido Popular, de ideología más liberal. De esta forma se acentúa esta bipolaridad extrema y maniquea que caracteriza a ciertos sectores de la sociedad española:

1. [...] porque estáis ligados a la ETA por vuestra propia incapacidad electoral/ y por vuestra maldad ideológica natural/// QUE OS GUSTAN MÁS LOS ETARRAS QUE LOS DEL PP↑/ y esto no tiene remedio↓ (Es Radio, 12-01-11)

En resumen, nos encontramos ante tres aspectos de de la imagen que debemos tener en cuenta: la imagen básica, la imagen de rol y la imagen grupal. Este tipo de actividades las lleva a cabo normalmente el hablante, y pueden ir dirigidas a su propia imagen, a la de su interlocutor, o hacia una tercera persona de la que se habla, pero con cuya imagen también se juega en la comunicación.

N. Hernández (2004) ya apuntaba que en las actividades de cortesía no solo se busca el beneficio de la imagen del destinatario, sino también la del propio hablante. Esta autora se vale del llamado efecto social para justificar que, cuando un hablante realiza una actividad que resalta la imagen de su interlocutor, este hablante también pretende ser reconocido socialmente y que su imagen se vea, por tanto, beneficiada. Si un individuo realiza el acto de agradecer, por ejemplo, tiene la intención de poner en alza la imagen del interlocutor, que será, por tanto, el beneficiario del intercambio comunicativo; pero, además, desde un punto de vista más social, el hablante también pretende que su imagen se vea positivamente afectada, y que la gente lo vea como alguien que valora y reconoce el esfuerzo de los demás. Así, en el momento en que un hablante influye de manera positiva o negativa en la imagen del otro, esta acción también repercute, irremediabilmente, en la suya propia. Por ejemplo, si el deseo de alguien es dañar la imagen de otro, este lo hace a pesar de ser consciente de que puede aparecer ante los demás como alguien mezquino o irrespetuoso.

Por otro lado, consideramos que las actividades de imagen no se ciñen “bidireccionalmente” a los polos hablante-oyente, que se encuentran físicamente presentes en el momento de la interacción. Como veremos más adelante, en un discurso también puede verse afectada la imagen de una tercera persona de la que se habla. Finalmente, también podemos encontrar un tipo de actividades de imagen que parte del receptor, del oyente. Intentaremos exponer detenidamente estas ideas a partir del siguiente gráfico:



**Gráfico 13. Direccionalidad de las actividades de imagen**

Como observamos en el gráfico, un hablante puede llevar a cabo actividades destinadas únicamente a realzar su propia imagen. Sería este el caso de un hombre que comenta con los amigos lo bien que se le da el bricolaje, o el de un chico que presume con sus amigos de sus últimas conquistas. Autores como S. Boretti (2000), R. Chen (2001) o H. Haverkate (2001) hablan en relación a estos casos de una cortesía que el hablante se dirige hacia sí mismo o *autocortesía*. Nosotros, en cambio, no consideramos apropiado hablar de cortesía en relación a estas actividades, ya que para que esta exista debe haber una repercusión o influencia en la imagen del oyente. Así, al igual que N. Hernández (2004), diferenciaremos, por un lado, entre una actividad que parte del hablante y va dirigida exclusivamente a su propia imagen, y, por

otro lado, la que realiza un hablante y va dirigida a la imagen tanto del destinatario como a la propia. Este último tipo es lo que conocemos como (des)cortesía.<sup>60</sup>

Algunos autores (M. Bernal, 2007; E. Brenes Peña, 2009e; C. Fuentes Rodríguez, 2010d) han denunciado la tendencia en los estudios de cortesía a igualar actividad de imagen con actividad de cortesía. En este sentido, D. Bravo (2000b) también piensa que las actividades de imagen van más allá de las actividades de cortesía:

“En otras palabras, cualquier actividad comunicativa que tenga que ver con la manifestación, preservación o confirmación de la imagen de personas y de grupos en un contexto social, puede ser calificada de ‘actividad de imagen’. Como ya comentamos en la ‘teoría de la cortesía’ las actividades de imagen han sido reducidas a actividades de cortesía, cuando en realidad tienen un campo de acción más amplio que el de la cortesía. Comportamientos con el objetivo de crear, dar y darse imagen pueden ser considerados actividades de imagen pero no puede afirmarse que tengan en todos los contextos funciones corteses. De algún modo para ser considerados corteses estos comportamientos tendrán que beneficiar explícitamente y dentro de ciertas normativas la relación presente entre los interactuantes, por ejemplo aquellos comportamientos conducentes a la protección, reafirmación y recreación de la propia imagen social son considerados de cortesía en la interacción cuando tienen como objetivo la imagen del otro y aquellos aspectos de la imagen propia en las que el otro se encuentra comprometido” (D. Bravo:2000b: 13-14).

Como bien afirma esta autora, las actividades de imagen no tienen por qué ceñirse a las actividades de cortesía. Estas operaciones que el hablante realiza e influyen en su propia imagen o en la de las demás pueden poseer un fin argumentativo si van encaminadas a convencer o persuadir a otro, o bien pueden tener una función expresiva si surgen de manera menos planificada. C. Fuentes Rodríguez (2010d) comenta que “estas operaciones de imagen obedecen a motivaciones sociales e interactivas” (856).

Las actividades de (des)cortesía, por tanto, hacen referencia a aquellas actividades de imagen que parten del hablante y van dirigidas hacia el oyente, de modo que influyen en la relación entre los interactuantes. Como ya indicamos antes, en este tipo de actividades también se pone en juego la imagen del hablante. Dentro de estas, hablaremos de actividades de cortesía cuando el hablante intenta beneficiar al interlocutor considerando o ensalzando su imagen. Esta actividad favorecerá las relaciones interpersonales entre ambos.

---

<sup>60</sup> Aunque N. Hernández (2004) solo aplica esta definición a la cortesía, nosotros la hemos utilizado también para definir las actividades descorteses.

“[...] se puede definir la cortesía como una actividad comunicativa cuya finalidad propia es quedar bien con el otro y que responde a normas y a códigos sociales que se suponen en conocimiento de los hablantes. Este tipo de actividad en todos los contextos considera el beneficio del interlocutor. El efecto que esta actividad tiene en la interacción es interpersonalmente positivo” (D. Bravo, 2005b: 34)

En el caso de que este hablante pretenda dañar la imagen del oyente, aun en perjuicio de la suya propia, hablaremos de descortesía. En vez de intentar beneficiar al interlocutor, aquí se busca perjudicarlo, lo que provocará una ruptura o enfrentamiento conversacional. M. Bernal (2007) toma la definición de cortesía de D. Bravo (2005b), invierte los términos, y define descortesía de la siguiente manera:

“[...] una actividad comunicativa a la que *se le atribuye* la finalidad de dañar la imagen del otro y que responde a códigos sociales *supuestamente* compartidos por los hablantes. En todos los contextos perjudica al interlocutor. El efecto emergente de esta actividad es interpersonalmente negativo [...]” (M. Bernal, 2007: 86) (cursivas del original)

Sin embargo, y como hemos aportado en el gráfico, pensamos que las actividades de imagen no se ciñen a la relación entre hablante y oyente *in praesentia*. En el momento en que alguien habla de una tercera persona, la imagen de esta entra en juego, y el esquema de relaciones interpersonales puede verse afectado, ya que el aludido puede hacerse eco de lo dicho por el hablante. Si se habla de esa tercera persona en términos laudatorios, su imagen se verá positivamente afectada, lo que provocará un efecto social de cortesía en ella. En cambio, si el hablante critica o insulta al referente, la imagen de este se verá dañada, lo que provocará un efecto social descortés en este.

Este nuevo esquema de relaciones interpersonales adquiere una especial relevancia en los textos públicos, sobre todo en aquellos pertenecientes a los medios de comunicación. En estos se establece una relación a tres bandas entre el hablante, el destinatario principal (audiencia) y el referente (aquella persona de la que se habla). El hablante sabe que, al hablar de alguien en un medio público, su discurso puede llegar fácilmente a la persona (tema de su discurso), por lo que el efecto social negativo o positivo que supondrá la manipulación de su

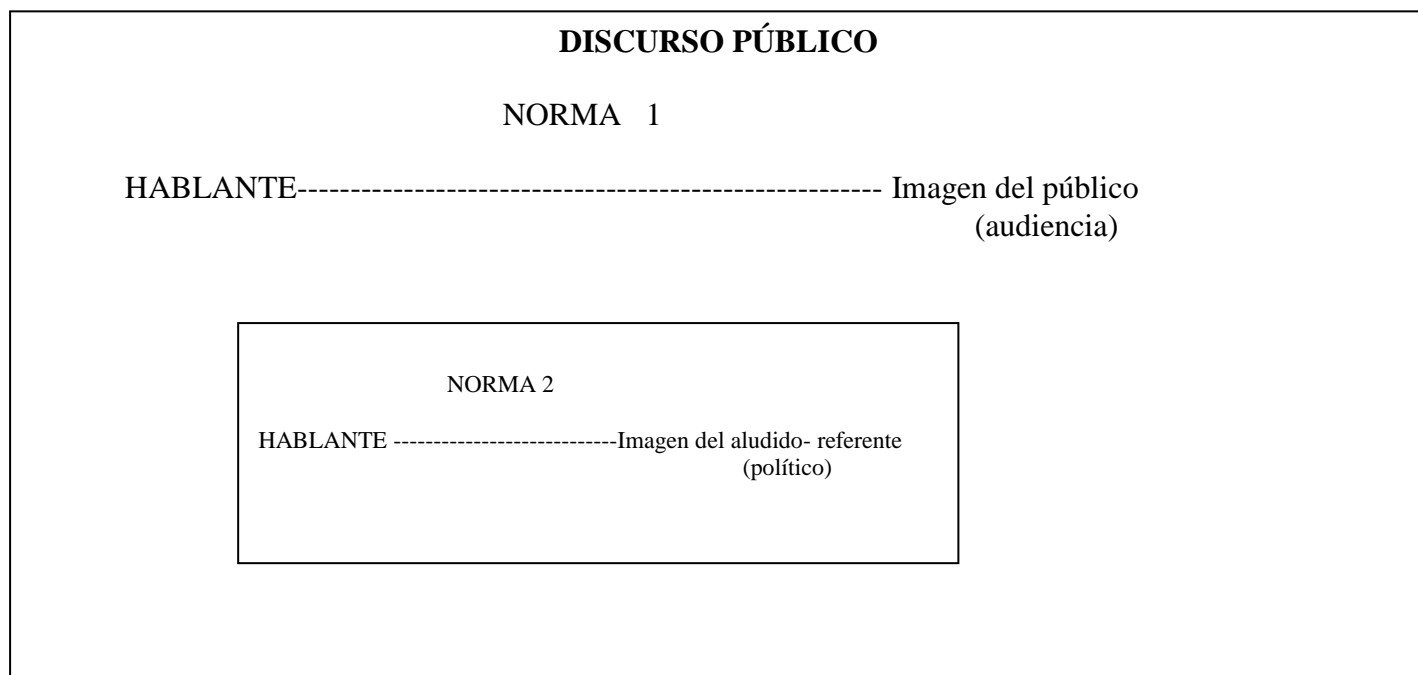


imagen será esperable. De esta forma, esta persona de la que se habla se convierte en un destinatario indirecto de este tipo de discursos

En el discurso radiofónico de crítica política, aquel en el que centraremos nuestro análisis, el periodista, por ejemplo, puede insultar a un determinado político dañando, por tanto, su imagen. Lo normal, y debido a la repercusión social de este tipo de discursos, es que este político se haga eco de estas declaraciones, y que, al sentir su imagen dañada, interprete esa secuencia como descortés.

## 2. Zapatero no es más que la versión GAMBERRA de Felipe González↓ (Cope, 10-04-07)

Aquellas personas que son agredidas por el presentador suelen sentir que su imagen ha sido dañada, por lo que tienden a reaccionar de diferentes maneras: demandas, respuestas reactivas, continuos rechazos a invitaciones a su programa... Si un determinado político o personaje público reacciona de tal forma es porque cree que el hablante se ha excedido, y ha ido más allá de las estrategias críticas y valorativas que serían esperables en un tipo de discurso como este. Como afirma C. Fuentes Rodríguez (2010d), “en el discurso público, pues, actúa una teoría de la imagen que supera los límites de la cortesía entendida como regla que actúa en la interacción” (881). Aquí no solo se juega con la imagen del hablante (locutor)-oyente (audiencia), sino también con la de las personas a las que se alude. En este tipo de comunicaciones encontraríamos dos normas: una que regiría la relación entre hablante y audiencia, y otra que gobernaría las relaciones entre el hablante y los aludidos, es decir, entre el locutor y los personajes de los que habla:



*Gráfico 14. Normas de (des)cortesía en el discurso público*

El hablante critica al político de turno con la finalidad de persuadir, de convencer a su público, en nuestro caso a la audiencia. De la misma forma, con esta actitud hostil hacia el referente discursivo busca aparecer ante su auditorio como alguien autónomo e independiente, como un buen periodista, en definitiva. Así, la relación que se establece entre hablante y aludido es mediática y mediada, ya que se realiza con la finalidad estratégica de conseguir audiencia y acercarla a su punto de vista. A su vez, el locutor proyecta una imagen positiva de sí mismo.

La primera norma haría referencia a las reglas de no imposición y respeto dentro de la relación entre un locutor y su audiencia. La segunda norma, la que rige las relaciones entre el hablante y los personajes públicos a los que alude, sería más tolerante con respecto a las estrategias de descortesía, ya que así lo impone un tipo de discurso crítico y de opinión como este en el nos encontramos.

Este esquema podemos extenderlo a textos de otros medios de comunicación, como los periodísticos o los pertenecientes al medio televisivo, o incluso a otros textos de carácter público, como el discurso parlamentario. En este último el hablante buscaría la armonía y concordia con respecto a su grupo, pero a la vez el enfrentamiento y el descrédito de la imagen del político contrario. Este comportamiento sería lo esperado en este tipo de texto de

confrontación y polémica. Es decir, la *norma 2* permitiría el ataque directo entre políticos de partidos distintos, sin embargo, la *norma 1*, la que rige las relaciones entre el político y el público al que se dirige, sus votantes o compañeros de partido, exigiría un comportamiento más afiliativo.

Por lo anteriormente expuesto consideramos que las actividades de imagen, y, por tanto las de (des)cortesía, no pueden ceñirse a la relación bipolar hablante-oyente. En la comunicación se ponen en juego también la imagen de actantes no presentes, que pueden verse afectados negativamente por lo dicho y recaer sobre ellos el llamado efecto descortés; de la misma manera, la imagen de estos puede verse realzada, por lo que pueden interpretar dicha comunicación como cortés.

Como consecuencia de esto, pensamos que no debemos restringir la (des)cortesía al marco conversacional. En esta misma línea se expresa D. Bravo (2000b), que alerta de las limitaciones de los estudios anteriores sobre el tema:

“Como una consecuencia de que la comunicación es en su propia naturaleza social y que la expresión es un producto social, las actividades de imagen, según nuestro parecer, no sólo se ponen en operación en conversación sino que impregnan todo tipo de comunicación. En este sentido, entonces, también el modelo que presenta la teoría de la cortesía se presenta como limitado” (D. Bravo: 2000b: 13)

A pesar de esta necesidad de la que hablaba D. Bravo, son escasos los autores que han estudiado el fenómeno de la (des)cortesía fuera del marco dialogal. S. Kaul de Marlangeon (2005b, 2009), por ejemplo, ha utilizado textos monologales, como los tangos o los chistes étnicos, pero no ha analizado de qué manera esa tercera persona de la que se habla puede ver perjudicada su imagen a lo largo del proceso comunicativo.

Otros autores limitan la (des)cortesía a la interacción, pero definiendo esta como algo mucho más amplio. R. B. Arundale (2006: 196), por ejemplo, define la interacción como la influencia que dos o más personas tienen sobre otras mientras se comunican. En los mismos parámetros se explica H. Spencer-Oatey (2007), para quien, o bien el concepto de imagen<sup>61</sup> va más allá de la interacción, o bien debemos ampliar dicho concepto:

---

<sup>61</sup> Y, por tanto, el de (des)cortesía.

“If, therefore, we argue that face is always interactionally constituted, it will be necessary to interpret the concept ‘interaction’ very broadly, so that it includes not only synchronous, face-to-face interaction, but also asynchronous communication and general public awareness” (H. Spencer-Oatey: 2007: 653)

En definitiva, creemos que no solo participan en las actividades de imagen el hablante y su interlocutor. La imagen del referente, de la persona a la que se alude, también entra en juego desde el momento en que el hablante es consciente de que este puede hacerse eco de lo dicho. Esto implica que podamos ampliar el concepto de (des)cortesía a otros textos no dialogales. Como afirma D. Bravo (2004): “Suponemos que la cortesía es parte de cualquier tipo de discurso” (9).<sup>62</sup>

Por tanto, podemos redefinir la cortesía verbal como una actividad comunicativa que busca ensalzar la imagen social de los participantes en el proceso comunicativo, ya sean interlocutores, ya sean aludidos, en el caso de que el hablante sea consciente de que estos se harán eco de su discurso. Al buscar un beneficio mutuo, esta actividad produce un efecto contextualmente positivo en ellos. La descortesía verbal consiste, por otro lado, en una actividad comunicativa a través de la que se pretende dañar la imagen del otro, interlocutor o aludido (destinatario indirecto). Al buscar un perjuicio de la imagen de alguien, esta actividad produce un efecto interpersonalmente negativo entre el emisor y el portador de la imagen dañada.

Continuando con los tipos de actividades de imagen, hemos señalado en el gráfico un tipo al que se le ha prestado poca atención: aquellas originadas en el oyente. Partiendo de la idea de un receptor activo, creemos que este puede condicionar no solo el mensaje y la actitud del emisor, sino también la imagen de ambos. Este oyente está proyectando una imagen suya como receptor, a la vez que puede ayudar a enaltecer o dañar la imagen del hablante. Es decir, una persona puede escuchar a otra con atención, mirándole fijamente a los ojos, o de manera distraída y sin dirigir la mirada al hablante. Podemos estar, por tanto, ante un oyente cortés o descortés. El primero buscará ensalzar la imagen del hablante, respetarlo, a la vez que proyectará una imagen cívica o respetuosa de sí mismo. El segundo, en cambio, provocará un daño en la estima del hablante, a la vez que se mostrará como alguien irrespetuoso o poco

---

<sup>62</sup> Lo mismo afirma C. Fuentes Rodríguez (2011): “la cortesía, pues, puede afectar a cualquier discurso” (33).

considerado.<sup>63</sup>El oyente, por tanto, a pesar de poseer este rol conversacional, no es un ente pasivo. Este, desde su posición de receptor conversacional del mensaje, puede también llevar a cabo una serie de actividades de imagen, por lo que puede mostrarse más o menos (des)cortés.

### **2.2.3. (Des)cortesía, búsqueda de equilibrio y efecto social**

Como indicamos anteriormente, N. Hernández (2004) define la cortesía como un intento por parte del hablante de elevar la imagen del oyente, con lo que aquel pretende, además, que la suya se vea positivamente afectada, estableciéndose así un equilibrio entre ambas. Pero es imposible conseguir plenamente ese equilibrio entre la imagen del hablante y del oyente, por lo que eso sería más bien un objetivo, un ideal al que se aspira. Como afirma N. Hernández (2004) “es difícil determinar qué interactuante consigue mayor beneficio para su imagen, precisamente porque el objetivo es que ambas imágenes se beneficien, si bien dados los muchos factores fluctuantes que afectan a la comunicación y las necesidades de imagen (así, los propósitos comunicativos de los actos realizados, el contexto en su sentido más amplio, los roles representados por los hablantes en cada momento), no se puede esperar que el equilibrio se logre completamente” (100). De esta manera, un factor como la intención comunicativa será esencial en el caso, por ejemplo, de que un hablante se muestre cortés con alguien de manera excesiva con la finalidad de adularlo. En la medida en que esta intención se perciba, no se verá al hablante como alguien atento y considerado, sino, por el contrario, este puede proyectar una imagen de la persona interesada y manipuladora.

En la descortesía, sin embargo, el hablante busca el desequilibrio, o bien a través de la degradación de la imagen del oyente, o bien a través del enaltecimiento de la suya propia. Esta intención de elevarse por encima del otro, de dañarlo, provoca una ruptura en la relación que se establece entre ambos. La imagen del interlocutor, por tanto, se ve rebajada, pero la suya también, ya que el hablante queda mal con el otro. M. Bernal (2007) afirma que “en cierta manera, y en ese aspecto, se da finalmente un equilibrio” (40). Este equilibrio es el resultado, la consecuencia del acto descortés, pero la intención del hablante sigue siendo la de rebajar la imagen del “tú”, aun a consecuencia de ser visto por este como alguien impositivo,

---

<sup>63</sup> No queremos exponer aquí casos como los de un oyente que interrumpe mucho, o realiza otro tipo de intervenciones reactivas, como risas. En estas situaciones creemos que hay un cambio de rol por parte de este, que pasa de oyente a hablante o emisor de algún tipo de mensaje.

desconsiderado o demasiado crítico. Lo básico para el análisis, por lo tanto, es la intención: la búsqueda de desequilibrio en el caso de los actos descorteses, o la pretensión utópica de equilibrar ambas imágenes con respecto a los actos corteses.

Hemos hablado de la imagen del hablante y del oyente dentro de las barreras de la conversación. Nos referiremos ahora a la imagen que un hablante cortés o descortés puede llegar a transmitir al resto de la sociedad, es decir, a cómo juzga el resto de la gente de una determinada comunidad al hablante que se comporta de manera cortés o descortés.

Cuando un hablante se muestra cortés, además de quedar bien con el interlocutor también es visto socialmente como alguien atento o considerado. Solo si este se muestra excesivamente adulator, su imagen se verá perjudicada, ya que este puede ser visto como alguien que actúa por conveniencia. El mismo efecto produciría este hablante con respecto al oyente al que adulara.

Por otro lado, cuando alguien se comporta descortésmente, siempre será mal visto por parte del ofendido. Sin embargo, su comportamiento no tendrá siempre un efecto social negativo con respecto a terceras personas no ofendidas. En ocasiones, cuando un hablante lleva a cabo esta estrategia de superioridad o de ataque, mostrarse más fuerte que el otro puede provocar un efecto social negativo sobre su propia imagen, pero, o bien no es consciente de ello, o bien lo es pero no le importa pagar ese alto precio.<sup>64</sup>No obstante, y en otras circunstancias, la imagen del que agrede puede no solo no verse perjudicada, sino incluso salir reforzada. Hay ciertos factores contextuales como el género discursivo, el rol de los participantes o su imagen grupal, que hacen que lo esperado sea el ataque a la imagen del otro. En estos casos la imagen del hablante no se ve dañada ante los demás, ya que ese tipo de comportamiento sería lo esperado en esa situación. En este sentido, E. Brenes Peña (2009e) comenta que en los debates televisivos de crónica rosa las intervenciones de los participantes se caracterizan por las estrategias descorteses, ya que esto es lo esperado en este tipo de programas. Con respecto al comportamiento de los tertulios de este tipo de formatos, afirma esta autora que “no solo no afecta negativamente a su imagen, sino que la potencia y, por ende, la beneficia” (Ibid.139). Lo mismo sucedería con el lenguaje parlamentario, donde el tipo de discurso y el rol de los hablantes como políticos y, además, enfrentados, favorece la aparición de un clima de disputa y confrontación en el que ciertas estrategias descorteses son

---

<sup>64</sup> D. Bravo (1999) define efecto social como “las consecuencias ya positivas ya negativas, que una determinada actividad comunicativa puede tener sobre el clima social imperante en la situación en el momento de su ocurrencia” (13).

esperadas. El parlamentario que deslegitima o critica duramente al oponente está, a su vez, intensificando su imagen como político mordaz y astuto, sobre todo entre los miembros de su grupo. Así, el efecto social que provoca un determinado comportamiento descortés puede variar según la afinidad ideológica, familiar o de amistad. Por tanto, puede que una determinada intervención, por ejemplo, una amenaza, provoque los aplausos de los demás miembros de su partido, pero, a su vez, produzca un rechazo y una previa pérdida de imagen con respecto a miembros del grupo contrario.

El elevado grado de descortesía del discurso del periodista Federico Jiménez Losantos, por ejemplo, provoca, por un lado, un daño en la imagen de los personajes públicos de los que habla, pero, por otro lado, también se está viendo perjudicada su propia imagen, ya que es juzgado en otros medios como alguien intransigente, radical o violento.<sup>65</sup> Sin embargo, hay cierto sector de la sociedad, de perfil ideológico cercano, que ve justificado su comportamiento. Con respecto a este sector, su imagen no solo no se ve dañada, sino que aparece enaltecida, ya que el periodista se erige como un adalid de la libertad de expresión, como un justiciero que defiende a los ciudadanos frente a un Gobierno progresista y, según él, vendido a los nacionalismos; en definitiva, como portavoz de un gran número de personas desengañadas con la clase política en general y que, por tanto, admiten esta violencia de su discurso. La afinidad ideológica, constituiría, por tanto, un elemento contextual que atenuaría el efecto descortés del enunciado. En este sentido, podemos hablar de que esta circunstancia constituye un *filtro evaluador de la descortesía* (A. Briz, 2004).

Hay factores contextuales, por tanto, que determinarían la valoración social positiva de un hablante descortés. En este caso, el tipo de texto, es decir, el género de la crítica radiofónica de tema político<sup>66</sup>, y, dentro de este, el papel del hablante como comentarista e intérprete de la realidad, pueden actuar como factores que permitan e incluso favorezcan la aparición de estas estrategias en contra de ciertos políticos o personajes públicos.

Pero la marcada direccionalidad y violencia del discurso de FJL sobrepasa, según otro sector de la sociedad, las normas del género, por lo que su imagen será juzgada como demasiado violenta y se verá, por tanto, dañada. Así, son factores contextuales como el tipo

---

<sup>65</sup> En el capítulo (4) de este estudio vertemos una serie de declaraciones, sentencias y otras reacciones de periodistas, jueces y ciudadanos que ponen de manifiesto la enorme repercusión social que el carácter descortés del discurso de FJL puede llegar a suscitar.

<sup>66</sup> Dedicaremos un apartado exclusivo para situar tipológicamente el texto de opinión ante el que nos encontramos (3.1.4.) Este se caracteriza por su carácter híbrido, a medio camino entre el editorial y el comentario radiofónico. Finalmente optaremos por el término comentario editorializante para etiquetarlo.

de discurso, la imagen de rol o la ideología los que permitirán que la imagen de un hablante descortés pueda verse perjudicada, se mantenga tal cual o incluso se vea favorecida.

Para referirse a estas últimas situaciones E. Alcaide Lara (2008) utiliza el término *descortesía de afiliación*, es decir, aquella descortesía que utiliza el hablante para reforzar sus lazos con el grupo, además de pretender mejorar su rol como político o periodista. En estos casos no le importa al hablante valerse de este tipo de estrategias con tal de sentirse apreciado y de mejorar su imagen como profesional.

Pero es difícil hablar de manera general al analizar el efecto social de un determinado comportamiento comunicativo. La sociedad no es un todo homogéneo y uniforme que se muestra a través de una sola cara. Hay factores contextuales subjetivos que pueden dividir a la masa, por lo que no es fácil hablar de un efecto social único y compacto. Como ya hemos dicho, la imagen de FJL se debate entre el personaje radical y fascista, por un lado, y el periodista defensor de las libertades, por otro, dependiendo ello de factores como el tipo de discurso, la imagen de rol o la afinidad ideológica que se pone en juego en el discurso. Lo mismo sucedería, en nuestra opinión, con la imagen de los participantes en los debates televisivos de crónica rosa. Como bien afirma E. Brenes Peña (2009e), la imagen de estos tertulios puede verse favorecida debido a que su comportamiento agresivo es lo esperado en este tipo de formatos. Sin embargo, para cierto sector de la sociedad, incluso sabiendo que ese comportamiento es lo normal, ese hablante puede aparecer como mal periodista o como tertulio irrespetuoso y radical.

Por un lado, debemos tener en cuenta por medio de estudios sociológicos cómo la sociedad recibe este tipo de comportamientos hoy día; por otro lado, sería positivo observar cómo la gente va interiorizando ciertas estrategias en contextos muy concretos, de manera que estos puedan llegar a perder su valor agresivo o descortés. Este estudio en sincronía y en diacronía de una sociedad heterogénea y en continuo movimiento nos sería de gran utilidad a la hora de analizar la manera en que la descortesía influye en nuestro comportamiento.

Resumiendo, creemos que el concepto de equilibrio introducido por N. Hernández (2004) es de gran valor instrumental a la hora de caracterizar la cortesía y la descortesía. Por otra parte, debemos entender este (des)equilibrio entre la imagen del hablante y del oyente como un objetivo o intención, que tendrá una relevancia o efecto social, dependiendo de factores contextuales como la intención comunicativa, el tipo de discurso, y las imágenes de rol o grupal.



De esta manera, pensamos que la cortesía se caracteriza por la búsqueda de un equilibrio entre la imagen del hablante y la del oyente, de manera que las dos aparezcan ensalzadas. Esta búsqueda de equilibrio no siempre tendrá un efecto social positivo, por ejemplo, en los casos en los que un hablante se dedique a adular o a mostrarse excesivamente cortés con alguien con segundas intenciones.

En el caso de la descortesía, el hablante busca siempre el desequilibrio, o bien degradando la imagen del “tú”, o bien ensalzando demasiado la suya. Esto puede provocar, por un lado, un efecto social negativo sobre la imagen del hablante, ya que no está bien visto atacar a otro, pero, por otro lado, también puede producir un efecto social positivo en contextos como el parlamentario, la crítica periodística o los debates de crónica rosa. En estos casos el hablante es consciente de ello, y utiliza la descortesía para reforzar las relaciones con su grupo, así como para mejorar su imagen como profesional.

FENÓMENO	INTENCIÓN DEL HABLANTE		EFECTO SOCIAL (alocutario)		EFECTO SOCIAL (COMUNIDAD)	
	Imagen del hablante	Imagen del oyente	Imagen del hablante	Imagen del oyente	Imagen del hablante	Imagen del oyente
CORTESÍA	+	+	+	+	+	+
					-	-
DESCORTESÍA	+	-	-	-	-	-
					+	-

*Gráfico 15. Clasificación de la (des)cortesía según el efecto social provocado*

Como observamos en el gráfico, en la cortesía el oyente percibe ese intento de equilibrar al alza las imágenes de ambos, de ahí el efecto social positivo hacia hablante-oyente que esa acción posee siempre para él. Sin embargo, con respecto a la comunidad, esa acción puede degradar la imagen del hablante si es interpretada como un acto excesivo o en busca de la adulación. En la descortesía, el hablante buscará ese desequilibrio entre su imagen y la del oyente, sin embargo, con respecto al oyente se restaurará el equilibrio, ya que la imagen del emisor también será mal valorada por este. Con respecto a la sociedad, el hablante descortés

se comporta así a pesar de saber que su imagen también se verá dañada en relación a una comunidad que rechaza el ataque y la ofensa, pero también puede llevar a cabo estas acciones de manera estratégica, siendo consciente de que este comportamiento será bien considerado por cierto sector de la sociedad con el que posee cierta afinidad, por lo que su imagen aparecerá, finalmente, fortalecida.

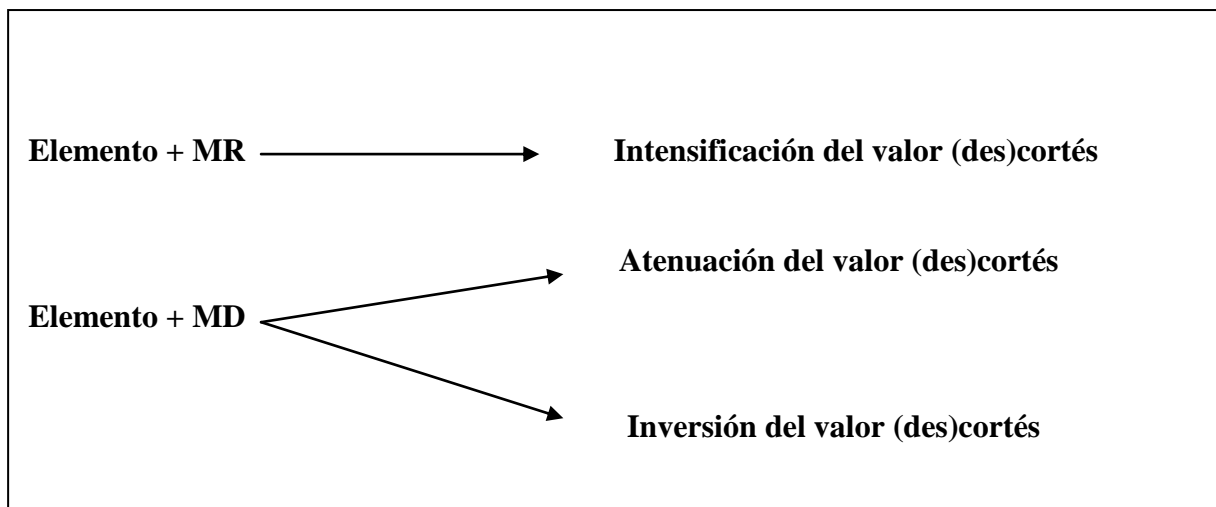
En definitiva, las actividades de imagen son esenciales en toda comunicación. El hecho de que alguien emita un mensaje y otra persona está dispuesta a escucharlo supone poner en juego no solo las imágenes de ambos, sino también la de aquellos a los que se alude y con las que estos se relacionan. De la misma forma, este comportamiento deberá ser interpretado a la luz de los diferentes papeles que sean relevantes en una situación concreta. Estas imágenes se van redefiniendo en cada palabra, en cada gesto, y serán juzgadas según unos patrones sociales y culturales que deberán ser tenidos en cuenta.

#### **2.2.4. (Des)cortesía y contexto**

Al hablar de (des)cortesía verbal, debemos tener en cuenta cuáles son las estructuras que un hablante utiliza para provocar dicho efecto en el otro. Como sabemos, no hay estructuras corteses o descorteses *per se*, sino que serán factores como el cotexto, el tipo de discurso y el contexto extralingüístico lo que determinarán su valor más o menos cortés, más o menos descortés o, por último, su valor neutral con respecto a la (des)cortesía. Esto no implica que, como decía A. Briz (2004), no exista en la lengua una serie de estructuras con un mayor grado de codificación cortés o descortés, lo que no impediría que estas puedan ser utilizadas, en otros contextos, con otro valor. *Por favor*, por ejemplo, posee una elevada convencionalización como marcador cortés para atenuar actos directivos en ejemplos como el siguiente: *¿me pasas un folio, por favor?* Sin embargo, puede utilizarse hoy día como locución interjectiva descortés con valor de rechazo o desagrado: *¡por favor! No me vengas con esas*. Lo mismo sucedería con los insultos, codificados como estrategias claramente descorteses, pero que pueden perder ese valor en determinados contextos de [+ *familiaridad*]. Estaríamos, por tanto, ante lo que A. Briz (2004) llama cortesía verbal codificada frente a cortesía verbal interpretada.

Por otro lado, el contexto lingüístico o cotexto también puede influir en el efecto más o menos (des)cortés de un determinado elemento. Así, las estructuras que rodean a una

determinada unidad pueden atenuar, intensificar o invertir su efecto (des)cortés. C. Fuentes Rodríguez (2011) aplica conceptos propios de la Teoría de la Argumentación a la teoría de la Cortesía, y habla de modificadores realizantes (MR) o desrealizantes (MD) con respecto al valor (des)cortés de ciertas estructuras. Los *MD* se encargarían de intensificar el valor (des)cortés de un determinado elemento; los *MR*, sin embargo, tendrían la función de suavizar o invertir ese valor.



**Gráfico 16.** Valor de los MR y los MD en relación con la (des)cortesía

En el siguiente ejemplo de nuestro corpus encontramos la aparición de un *MD* con respecto a la descortesía:

3. Rubalcaba/ el gran mentiroso↓ (Es Radio, 27-10-10)

El locutor utiliza un elemento descortés, el insulto *mentiroso*, para referirse al ministro del Interior. El valor descortés del insulto se ve intensificado por el adjetivo y el determinante artículo que lo acompañan. El adjetivo *gran* incrementa el valor semántico del insulto, y el artículo singulariza al ministro por encima de todos los demás mentirosos. La sustantivación resultante convierte el insulto en una noción, aportándole una entidad mayor que incrementa la efectividad del agravio. Estos elementos funcionarían, por tanto, como modificadores realizantes (MR) con respecto al elemento eminentemente descortés, el insulto.

Otro factor que debemos tener en cuenta en la evaluación (des)cortés de una intervención es el tipo de discurso en el que esta se inserta. Estas características propias de la superestructura determinan qué es lo normativo y, por tanto, esperado en un texto en relación con los de su clase. Por ello, el efecto (des)cortés de un determinado comportamiento no será evaluado igual si se emite en un debate, en una conversación entre amigos o en una entrevista formal. Incluso existen ciertos tipos de textos donde el enfrentamiento y el ataque a la imagen constituyen el comportamiento normativo. Ya hemos citado aquí, en relación a esta cuestión, el discurso parlamentario o los debates televisivos de crónica rosa.

Nuestro corpus, por ejemplo, se inserta dentro del género radiofónico denominado *comentario editorializante*. Este tipo de texto admite la opinión crítica y el desacuerdo, pero estrategias como el insulto, la parodia o la ridiculización serán evaluados como descorteses, ya que no son lo esperado, y sobrepasan las normas de un discurso de este tipo.

Por último, debemos citar el contexto situacional, social y cultural. La situación concreta en la que se desarrolla la comunicación nos dará información acerca de las características de los interactuantes, su intención comunicativa o la relación de [+/- familiaridad] que se establece entre ellos. Por supuesto, no todas las características situacionales serán relevantes a la hora de evaluar el efecto (des)cortés de una secuencia, todo depende de la interiorización que lleven a cabo los participantes sobre lo que ellos consideren relevante en una circunstancia concreta. K. Zimmermann (2003), por ejemplo, considera que factores como el sexo o la edad son factores situacionales claves a la hora de evaluar de manera distinta ciertas estructuras normalmente consideradas descorteses. Según su estudio, los jóvenes de sexo masculino hispanohablantes poseen una serie de estrategias antinormativas usadas no para amenazar la imagen del otro, sino como elementos de un juego ritual con la finalidad de fortalecer y remarcar su identidad grupal, a la vez que para mostrar su rebeldía ante otros grupos más institucionalizados, como el de los adultos. A este tipo de acto los denomina anticorteses. Observamos, por tanto, cómo solo algunos de los elementos que rodean al acto comunicativo se erigirán como relevantes a la hora de que una determinada estrategia sea emitida por un hablante o interpretada por un oyente.

Por otro lado, factores más externos como las características sociales y culturales de una determinada comunidad influirán en la interpretación más o menos (des)cortés de un determinado acto de habla. Ya se han superado los estudios universalistas sobre el fenómeno, por lo que estas características han sido últimamente muy estudiadas por parte de la

sociopragmática. D. Bravo (1999a) utiliza el término *premisa cultural* para referirse a este conocimiento de las convenciones sociales que nos permiten explicar los comportamientos comunicativos en función de los valores culturales vigentes en una determinada sociedad. La necesidad de poseer este conocimiento por parte del analista radica en que los hablantes de una determinada comunidad poseen, según D. Bravo (2010), una imagen social básica, que les permitiría reconocer de manera habitual “determinadas expresiones y acciones de cortesía a partir de un bagaje común producto de sus experiencias comunicativas anteriores a la presente” (26). Esta autora realiza un estudio que contrasta la imagen social básica de España y Suecia. Los españoles se caracterizan, comenta, por el deseo de ser originales, de confirmar sus cualidades positivas, la tolerancia en la expresión de la opinión, aunque sea contraria, o por un elevado grado de confianza entre los interlocutores. Los suecos, sin embargo, prefieren el acuerdo, el respeto a la autonomía y la uniformidad de opiniones. Estas características formarían la imagen social básica de de esas comunidades concretas.

Todos los factores que hemos citado aquí- el cotexto, el tipo de discurso, y el contexto situacional, social y cultural- constituyen unos *filtros de (des)cortesía*<sup>67</sup>, que permiten a los participantes de una comunicación evaluar un determinado comportamiento. Pero estos filtros poseen una naturaleza dinámica y su jerarquía, es decir, la mayor o menor importancia que estos adquieren, pueden ir variando de conversación a conversación, o incluso dentro del transcurso de la misma. Así, puede darse el caso, tal y como afirma A. Briz (2004) que “en un momento dado de la interacción uno de los filtros pueda erigirse en el evaluador jerárquico principal y alterar el comportamiento lingüístico y la actuación del interlocutor o interlocutores” (87).

En nuestro corpus, por ejemplo, puede que factores como la relación de cordialidad y cercanía ideológica que se establece entre el locutor y su audiencia habitual permitan estrategias como la crítica o la expresión de opiniones contrarias con respecto a una tercera persona no presente. Sin embargo, si el periodista insulta a un personaje público, puede que se activen los filtros relacionados con la cultura española o el tipo de texto (editorial- comentario crítico), que podrían provocar una interpretación descortés en cierto sector de la audiencia.

En definitiva, y como afirma A. Briz (2004), debemos tener en cuenta a la hora de estudiar la (des)cortesía que se trata de un proceso dinámico, y donde los “hablantes tienen ciertamente un contrato previo de derechos y deberes corteses impuestos en cada comunidad o

---

<sup>67</sup> El término parte de los llamados *filtros de cortesía* de A. Briz (2004).

grupo social, pero dicho contrato o convenio no está firmado, se va firmando, como estamos poniendo de relieve, a lo largo de una conversación” (85).

### **2.2.5. Intención/ evaluación de la (des)cortesía**

Un problema fundamental al que los estudiosos de la (des)cortesía han tenido que enfrentarse es comprobar si un requisito para que esta se produzca es que haya intencionalidad por parte del hablante, interpretación (des)cortés por parte del oyente, o, por último, debemos encontrar ambas en la interacción, es decir, un hablante que tenga intención de ser descortés y un oyente que interprete la intervención como tal. Por tanto, como investigador debemos comprobar si la clave interpretativa a la hora de calificar un enunciado como (des)cortés se centra en el hablante, en el oyente o en ambos.

Uno de los estudios de referencia sobre cortesía como el que realizaron P. Brown y S. Levinson (1987[1978]) ha sido muy criticado por el excesivo énfasis que pone sobre la figura del emisor, así como por la escasa importancia que asigna a la interpretación del enunciado por parte del oyente.<sup>68</sup>

En la línea de P. Brown y S. Levinson, L. M. Beebe (1995) también centra su análisis de la (des)cortesía en la figura del emisor, y piensa que la descortesía debe ser intencional, aunque no tiene que ser planeada. Esta diferenciación nos abre las puertas hacia uno de los tipos de descortesía de los que luego hablaremos: la descortesía estratégica. Esta, al igual que la descortesía comunicativa o expresiva, sería intencional, pero además es fruto de una planificación previa.

J. Culpeper (2005) nos advierte de la posibilidad de que exista un tipo de descortesía no intencionada. Así, propone tres circunstancias no exclusivas en las que puede darse la descortesía: que haya una voluntariedad planificada por parte del hablante de dañar la imagen de su interlocutor, que haya una interpretación por parte del oyente de que el hablante ha tenido esa intención, o, por último, que se den los dos casos anteriores.

“Impoliteness comes about when: (1) the speaker communicates face attack intentionally, or (2) the hearer perceives and/or constructs behavior as intentionally face-attacking, or a combination of (1) and (2).” (J. Culpeper, 2005: 4)

---

<sup>68</sup> Cf. los estudios de K. T. Werfhofer (1992) o A. Bayraktaroglu (1991), entre otros.

En la opción (2) J. Culpeper aporta la idea de que un enunciado puede ser descortés siempre que el oyente lo interprete como tal, aunque el hablante no haya tenido intención de serlo. Pone de manifiesto aquí los casos en los que no hay una plena consonancia entre lo que el hablante quiere decir y lo que finalmente entiende el oyente. Aporta como ejemplo una conversación entre dos miembros de una familia que tienen una relación algo tensa. Ante la petición de uno de ellos de que le pase el otro un trozo de pizza, este responde: *son cincuenta peniques*. El primero no entiende la broma y procede a darle el dinero con seriedad. En este caso nos encontramos ante un enunciado descortés, ya que, a pesar de que el hablante no ha tenido intención de dañar la imagen del “tú”, este no lo ha entendido así y se ha visto ofendido por ello.

A pesar del acierto que supone, a nuestro parecer, la preponderancia que asigna J. Culpeper a la evaluación del oyente, la construcción disyuntiva con la que formula la definición nos permite interpretar que, según él, no es necesario que el oyente evalúe el enunciado como descortés para que este fenómeno se produzca (2), sino que la mera intencionalidad del hablante (1) basta para que el analista deba etiquetar dicho acto como tal. Finalmente, comenta, es la tercera opción, aquella en la que un hablante tiene intención de dañar la imagen del oyente y este lo percibe así, la más común en cualquier interacción.

Ya hemos visto que D. Bravo (2005b) subraya en su definición de cortesía la intención del hablante de aportar algún beneficio al oyente, pero destaca, a su vez, el efecto que la comunicación provoca en este. Para esta autora, por tanto, lo esencial es el efecto de cortesía, es decir, el beneficio que recibe el oyente a través de la actividad de realce de la imagen que produce el hablante. Como ya hemos visto, M. Bernal (2007) se apoya en la noción de efecto de cortesía de D. Bravo, y define la descortesía como un actividad comunicativa en la que el hablante tiene la intención de dañar la imagen del oyente, y donde siempre se da una interpretación descortés por parte de este. Esta autora, por tanto, descarta la opción (1) de la definición de Culpeper. Para que el acto comunicativo sea descortés no basta con que el hablante tenga intención de dañar la imagen del oyente, sino que es necesario que este perciba, de manera acertada o no, una intencionalidad negativa. Ya E. Goffman (1967) apuntaba que “the offending person may appear to have acted maliciously and spitefully with intention of causing open insult” (14). Así, puede haber descortesía si un hablante comete el error de dirigir a su interlocutor un enunciado que este perciba como dañino o que perjudique

su imagen. En estos casos existe una disociación entre hablante y oyente, y de ahí el efecto descortés producido. En otras palabras, para esta autora el hecho de que el oyente atribuya cierta intencionalidad al comportamiento lingüístico del hablante es esencial a la hora de interpretar este como descortés. Para los casos en los que esta atribución de intencionalidad no se produjera utiliza M. Bernal (2007) el término de “descortesía en potencia” (171) ya que de hecho no se produciría ningún riesgo interpersonal. Según esta definición, los casos en los que un hablante daña la imagen de su interlocutor de manera inconsciente pueden ser considerados descorteses siempre que este perciba cierta intencionalidad en lo dicho. Para estos casos S. Kaul de Marlangeon (2005) utilizó la expresión de “metedura de pata” (167) o quebrantamiento inconsciente de las normas de cortesía. También podemos situar aquí la descortesía burlesca (*mock impoliteness*) de J. Culpeper (1996, 2005).<sup>69</sup>

En esta misma línea sitúan su análisis sobre el comportamiento descortés M. A. Locher y R. Watts (2008), que afirman que la percepción de intencionalidad que hace el oyente llega a ser más importante incluso que la voluntad original que el hablante pudo o no tener a la hora de llevar a cabo un comportamiento de este tipo:

“In a first order approach to impoliteness, it is the interactants’ *perceptions* of communicators’ intentions rather than the intentions themselves that determine whether a communicative act is taken to be impolite or not. In the other words, the uptake of a message is important if not more important than the utterer’s original intention” (M. A. Locher y R. J. Watts: 2008: 80)<sup>70</sup>

En mi opinión, la valoración e interpretación del comportamiento del hablante por parte del oyente es esencial a la hora de evaluar la (des)cortesía del mismo. El juicio del receptor sobre lo dicho depende de lo esperado, de sus expectativas, que se basan en la norma social que rige en una situación concreta. Queremos recalcar que la situación más común es que un hablante se comporte de manera cortés o descortés de manera intencional, y que el oyente interprete esta intencionalidad sin problemas, por lo que el efecto (des)cortés al que aludía D. Bravo (2005b) sea claro. Pero nos interesa ahora hacernos una pregunta: ¿podemos encontrar un tipo de (des)cortesía donde no es necesario que el oyente interprete tal comportamiento

---

<sup>69</sup> Otros autores como M. Kienpointner (1997), D. Bousfield (2007) o S. Mills (2005) mantienen esta idea de que lo esencial es la evaluación intencionalmente (des)cortés por parte del oyente.

<sup>70</sup> Cursiva en el original.



como intencional? Nos planteamos, por tanto, si ese efecto de (des)cortesía puede seguir dándose a pesar de que el oyente sea consciente – o crea- que el hablante no ha tenido intención alguna de comportarse como tal.

Al hablar de (des)cortesía debemos tener en cuenta dos factores: por un lado, el efecto consistente en el realce o la degradación de la imagen del oyente según una norma social concreta en una situación determinada, por otro, la actitud colaborativa o de enfrentamiento que se busca con esta acción.<sup>71</sup> Cuando un hablante se comporta de manera (des)cortés, normalmente cumple estos dos requisitos: pretende ensalzar o dañar la imagen del otro buscando acercarse o enfrentarse a él, independientemente de los fines últimos que persiga. Pero hay circunstancias en las que, por ejemplo, un hablante puede dañar la imagen de su interlocutor de manera inconsciente, digamos, por no poseer ciertas competencias comunicativas, y este último percatarse de que no ha habido intención alguna de hacerlo y, mucho menos de buscar un enfrentamiento dialéctico entre ambos. Pongamos por caso la comunicación alumno- profesor en la escuela. En su estudio sobre la descortesía en el ámbito escolar, D. Moreno y J. M. López (2009) ponen de manifiesto que es normal que el alumno se dirija al profesor mediante fórmulas propias de otras situaciones de confianza. Esta disparidad a la hora de aplicar una determinada norma es el origen de muchos conflictos comunicativos en el ámbito escolar:

“En cuanto a la relación alumno-profesor, podemos deducir que el principal causante del conflicto comunicativo ente profesor y alumno no es tanto, como suele creerse, el cariz intrínsecamente violento del habla juvenil, sino más bien las diferentes formas de apreciar determinadas estructuras como corteses o no por parte de ambos. El alumno suele utilizar sin intención descortés determinados términos o estructuras que el profesor no percibe así. Este conflicto se suprime, por supuesto, cuando los interlocutores son los dos alumnos” (D. Moreno- J.M. López (2009: 137)

Estas emisiones son normales incluso en situaciones protagonizadas por alumnos educados y nada problemáticos, por lo que el profesor es consciente de que el comportamiento del escolar dista mucho de ser intencionalmente descortés, así que lo achaca,

---

<sup>71</sup> M. Kienpointner (1997) define descortesía como “non- cooperative or competitive communicative behaviour” (259).

más bien, a que aquel no posee la competencia comunicativa necesaria.<sup>72</sup> En las peticiones, por ejemplo, el alumno suele utilizar estrategias directas, como el imperativo (*repíte, enséñame el examen*), en vez de otras más atenuativas (*¿puede repetir? ¿puedo ver mi examen?*) que resultarían más idóneas para esta situación formal de [+ *desigualdad*]. A pesar de que el profesor sabe que no hay intención de enfrentamiento, considera dañada su imagen igualmente, ya que el imperativo restringe su libertad de actuación, y no lo considera adecuado. En estas situaciones es normal que el profesor corrija al alumno, no solo por afán educativo, sino porque no admite ese perjuicio a su imagen por parte de este. Bien es cierto que el efecto de cortesía que este recibe se ve atenuado, debido a que sabe que no ha habido intención por parte del alumno. En estos casos de desconocimiento de la norma por parte del hablante creemos, por tanto, que no es un factor indispensable que el hablante interprete dicho acto como intencional. El efecto descortés persiste, aunque atenuado, debido a que el oyente es consciente de que este acto se ha producido sin intención, por desconocimiento de la norma.

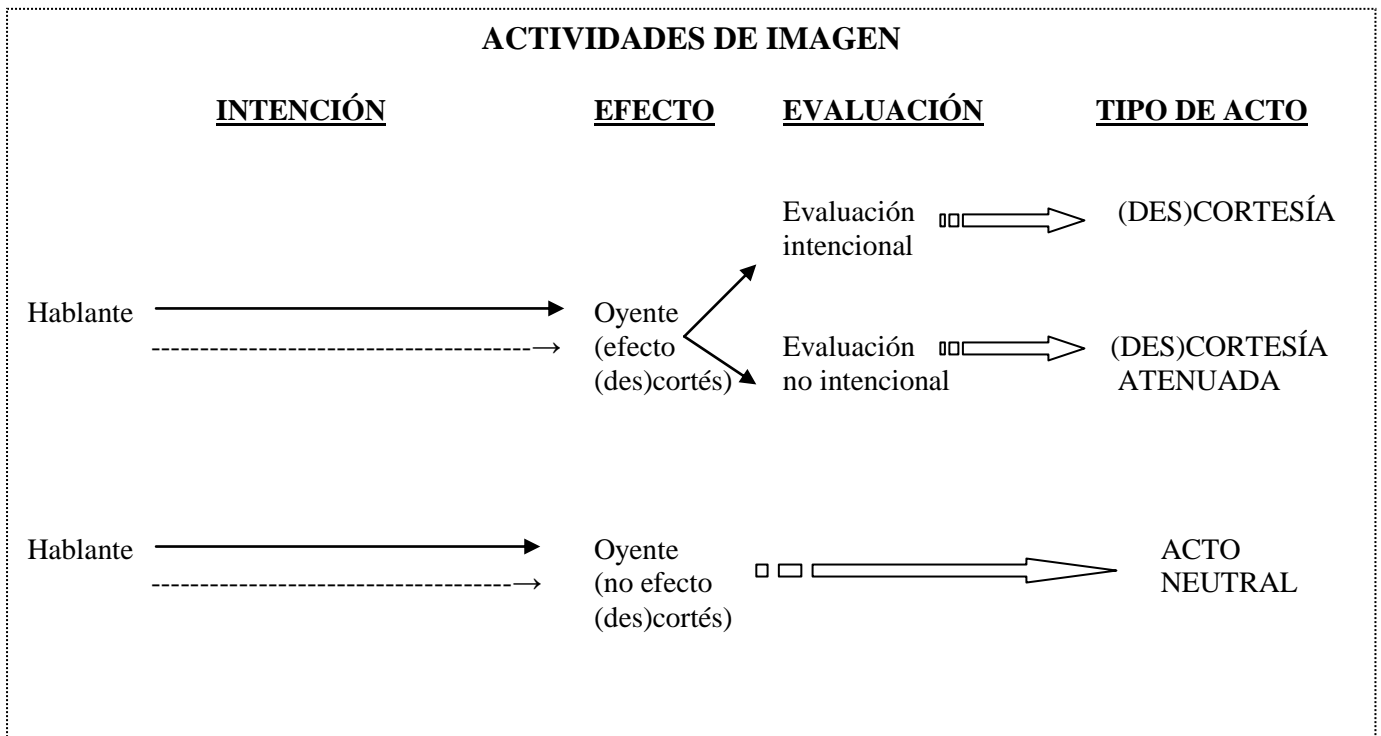
Lo mismo sucedería con los actos corteses. Un hablante puede ensalzar de manera no intencionada la imagen del “tú”, y este no percibir ninguna actitud colaborativa en ello. Nos encontramos ante un caso de efecto cortés hacia el oyente, aunque atenuado debido a que este sabe que la intención del hablante no ha sido tal. Podemos citar el caso en el que un hablante debe adivinar la edad de dos hermanas adultas que acaba de conocer. Si este dice por error que la mayor es la de menos edad, está realizando una actividad que realza la imagen de esta, lo que tendrá un efecto positivo o cortés en ella, aunque atenuado si es que este acto es interpretado como fruto de una equivocación.<sup>73</sup> El desconocimiento de la norma sería, por tanto, un factor que atenúa el efecto cortés o descortés en una situación determinada. Estaríamos, por tanto, ante otro de los llamados filtros de (des)cortesía (A. Briz (2004)).

En el siguiente gráfico, la línea continua hace referencia a los actos que el hablante emite de manera intencional, y la discontinua a los no intencionales:

---

<sup>72</sup> En otras ocasiones el alumno puede utilizar estas estrategias descorteses de manera consciente, buscando el enfrentamiento con el profesor.

<sup>73</sup> Otra opción sería que la hermana mayor interprete que el acto ha sido voluntario, y que el hablante ha intentado lisonjearla. Aquí la actitud colaborativa y de acercamientos sería clara, por lo que el efecto cortés se vería intensificado.



*Gráfico 17. Influencia de la intención y de la evaluación a la hora de analizar los comportamientos (des)corteses.*

En definitiva, creemos que el efecto (des)cortés es el factor esencial a la hora de interpretar un determinado comportamiento como tal. Por ello, debemos prestar especial atención a las expresiones reactivas –lingüísticas o no- que realiza el receptor como respuesta a dicho acto. A pesar de las dificultades que esto puede entrañar en el investigador, tenemos armas que nos permiten tener en cuenta estas posibles evaluaciones. Entre ellas destacamos las respuestas de hablantes concretos en los ejemplos que manejemos<sup>74</sup>, los test de hábitos sociales o, dentro de la (des)cortesía en los medios, el grado de polémica social suscitada a partir de determinadas declaraciones.<sup>75</sup>

<sup>74</sup> E. Brenes Peña (2009e) nos advierte de la ambigüedad que puede derivarse de situaciones en las que la acción evaluativa del receptor de la descortesía puede resultar estratégica. Este puede no exteriorizar su desagrado para favorecer los objetivos del hablante descortés que intenta dañarlo, o bien puede fingir no molestarse para mantener su propia imagen de persona considerada hacia los demás (149).

<sup>75</sup> M. Bernal (2007) nos llama la atención acerca de que en ocasiones “no se tiene la base suficiente para interpretar cuál es el efecto producido” (181).

### 2.2.6. La continuidad entre cortesía- descortesía

Los estudios sobre (des)cortesía han ido desechando gradualmente la idea de que la descortesía consiste en una serie de estrategias basadas en transgredir las normas corteses. Esta bipolaridad ha sido sustituida por una concepción más lineal, dentro de un comportamiento general del ser humano. En esta línea, M. A. Locher y R. J. Watts (2005) introducen lo que ellos llamaron comportamiento relacional (*relational work*). Según estos autores, el comportamiento conversacional del ser humano viene regido por una serie de normas de base cognitiva, pero, a su vez, está altamente influido por factores contextuales. De su cuadro (cf. gráfico 7) destacamos la idea de que no siempre coinciden comportamiento correcto o adecuado con cortesía. Así, observamos que lo cortés siempre es adecuado, pero no a la inversa. Esto se debe a que el *politic behaviour* de M. Locher y R. Watts es fruto de un consenso social, cultural y contextual, por lo que puede ir variando. De esto se deduce que no existe un comportamiento inherentemente cortés, sino que este debe someterse a una norma acordada de manera externa.

Si bien consideramos muy valiosa la aportación de este comportamiento adecuado (*politic behaviour*) por parte de M. Locker y R. Watts, pensamos que no debemos caer en la tentación de pensar, como nos advierte C. Fuentes Rodríguez (2011) que en lo referente a la cortesía todo es relativo. Como hemos señalado anteriormente, A. Briz (2004) nos pone sobre aviso de que hay ciertas estructuras que poseen un elevado grado de convencionalización como corteses en ciertas lenguas debido, sobre todo, a determinados valores que le son congénitos, como la atenuación o mitigación de la fuerza ilocutiva. Así, al hacer una petición, el uso de la fórmula *por favor* o la aparición de una estructura interrogativa harán que esta petición aparezca como más cortés en español. Pero esta codificación previa que poseen ciertas estructuras no impide que una estructura codificada como cortés pueda ser interpretada de manera distinta por parte del oyente. Como vimos con respecto a la fórmula *por favor*, esta puede interpretarse no solo de manera no cortés, sino como descortés, siempre que no situemos en un contexto familiar de polémica, dando lugar a una intervención reactiva de rechazo o protesta.<sup>76</sup> Esta diferenciación que hace A. Briz (2004) entre cortesía verbal

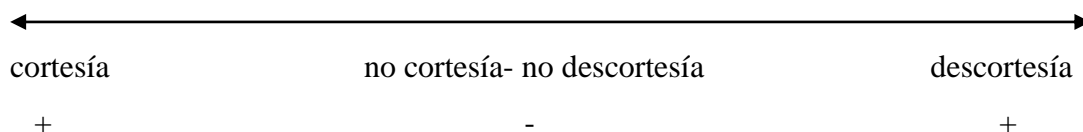
---

<sup>76</sup> M. A. Martín Zorraquino- J. Portolés Lázaro (1999), E. Bernal (2006), E. Brenes Peña (2010) y C. Fuentes Rodríguez (2011) ponen de manifiesto que son las características suprasegmentales del elemento las que nos

codificada y cortesía verbal interpretada afianza nuestra idea de que, por un lado, la interpretación y evaluación del oyente son esenciales a la hora de hablar de estrategias corteses, pero, por otro lado, no todo es relativo, y sí es cierto que existe una serie de estructuras codificadas en la lengua como corteses.

Esta diferenciación puede extenderse también a la descortesía. Hay ciertas fórmulas, como los insultos, que están altamente codificados como descorteses en español. Esto no quiere decir que en ciertos contextos, por ejemplo entre chicos jóvenes de una misma pandilla, estos pierdan este valor, y puedan incluso funcionar como estrategias de refuerzo de los lazos grupales e identitarios.

Teniendo esto en cuenta, y partiendo de la evaluación e interpretación del oyente, nos basaremos en una concepción continua del comportamiento cortés-descortés. Además, creemos necesaria la aparición de una zona intermedia neutra (no cortés-no descortés), al igual que señalan autores como E. Brenes Peña (2009e) o C. Fuentes Rodríguez (2011):



**Gráfico 18. Tomado de E. Brenes Peña (2009e, 132)**

En definitiva, hay comportamientos lingüísticos que pueden interpretarse como más o menos corteses, otros como más o menos descorteses y otros de manera neutra. E. Brenes Peña (2009e) habla de que esta zona neutra puede equivaler al *politic behaviour* del que hablaban M. A. Locher y R. J. Watts ya que “en ella encontramos el comportamiento comunicativo que se considera adecuado a la situación comunicativa” (132). En situaciones donde lo cortés es lo normativo, hay comportamientos que solo se limitan a adecuarse a esa serie de normas, sin poseer la intención, ni el oyente percibirlo así, de influir de manera positiva en su imagen. Pone como ejemplo esta autora la utilización de *por favor* como atenuante de la fuerza ilocutiva en actos directivos. Con su utilización, comenta, “el hablante no pretende potenciar, realzar o beneficiar la imagen social del alocutario o las relaciones existentes entre ambos, sino que se limita a respetar las normas que se consideran adecuadas a

---

indican si nos encontramos ante un marcador discursivo que mitiga la fuerza de una petición, o en cambio, estamos ante una locución interjectiva de expresión de protesta o rechazo.

dicha situación, de manera que este elemento difícilmente puede ser calificado como cortés” (Ibid. 132).

Lo mismo sucedería con comportamientos en principio codificados como descorteses pero que por circunstancias no se consideran inapropiados en una situación concreta. La rapidez, la urgencia o la familiaridad pueden neutralizar en determinados contextos estas connotaciones descorteses que posee *a priori* el imperativo. Como ejemplo expone el caso en el que nuestra pareja nos exhorte con un enunciado del tipo: *pásame el cuchillo que está en el segundo cajón*. Lo apropiado del enunciado a la situación despoja a este de toda carga descortés.

Como bien afirma esta autora, “únicamente cuando estas expresiones sobrepasen de manera consciente la conducta social predecible en sentido positivo o negativo con la intencionalidad de realzar o degradar la imagen social de la persona afectada por ellas pasan a ser corteses o descorteses” (Ibid. 133).

El problema puede surgir cuando haya una confrontación entre la intención del hablante y la evaluación del oyente. Como afirma T. Van Dijk (2009) el contexto es “lo que es relevante en una situación social por los propios participantes” (5)<sup>77</sup>. Es decir, hablante y oyente poseen cada uno su propio contexto, formado por una serie de elementos de la realidad que, según cada uno, influirán en la comunicación. Pero lo que el hablante considera relevante puede no serlo para el oyente y viceversa, de ahí que un mismo enunciado puede ser interpretado como neutro, cortés o descortés por uno u otro participante. Pensemos de nuevo en el caso de nuestra pareja que nos ha pedido el cuchillo: *pásame el cuchillo que está en el segundo cajón*. Puede que el hablante se valga de factores situacionales como la familiaridad para interpretar ese imperativo como adecuado, pero puede también que el oyente haya interiorizado una serie de circunstancias, como por ejemplo, que ya es el cuarto objeto que le pide o que lleva días enfadado, y que hayan sido obviadas por el primero. Debido a su subjetiva interiorización del contexto, el oyente puede considerar que un imperativo no sería lo apropiado, lo que puede provocar que este rechace la petición. Lo mismo sucedería con el *por favor*, emitido como una mera fórmula por un hablante, pero que puede ser interpretado con cierto valor de consideración hacia su imagen por parte de un oyente que no está acostumbrado a escucharlo, por ejemplo, un profesor de Secundaria. Así, debemos tener en cuenta a la hora de interpretar estos comportamientos como corteses, descorteses o neutros, la

---

<sup>77</sup> Traducción del original: “a context is what is defined to be relevant in the social situation by the participants themselves.” (T. Van Dijk, 2009: 5)

posible disparidad que surge a veces entre la intención del emisor y la evaluación del receptor. Como vimos en (2.2.3), para nosotros será, en última instancia, el factor evaluativo el esencial a la hora de etiquetar un determinado acto de habla como cortés, descortés o neutral con respecto a la (des)cortesía.

Por último, queremos señalar que la zona neutra de nuestro esquema, es decir, los comportamientos neutros en cuanto a la (des)cortesía, no solo son aquellos que han perdido el efecto de influir en la imagen del interlocutor debido su codificación y ajuste a la norma imperante en una determinada situación concreta.<sup>78</sup> También podemos encontrar enunciados de carácter objetivo y con poca carga argumentativa y expresiva. No son expresiones que han perdido su valor (des)cortés debido a su uso, sino actos de habla que simplemente no tienen la intención de afectar de manera positiva ni negativa a la imagen del otro. En nuestro corpus, por ejemplo, podemos citar aquellas intervenciones del periodista donde se limita a informar sobre el estado del tiempo. En estos casos el carácter esencialmente informativo y de servicio del mensaje no influye, en la mayoría de las ocasiones, en la imagen del oyente o de las personas citadas.<sup>79</sup>

### 2.2.7. Funciones de la (des)cortesía

Hemos visto que la (des)cortesía posee una función principal, que es la de ensalzar o dañar la imagen del otro, de manera que se establezca una armonía o enfrentamiento en sus relaciones comunicativas e interpersonales. Sin embargo, el hablante puede emitir un enunciado (des)cortés con otros objetivos que, o bien se supeditarán a los primeros, o bien pueden erigirse como los verdaderos motores de su comportamiento.

C. Fuentes Rodríguez (2011) asigna una serie de funciones tanto a la cortesía como a la descortesía:

---

<sup>78</sup> Como bien afirma E. Brenes Peña (2009e, 132), también podemos citar aquí la “*anticipated politeness*” de M. Haugh (2003), la *cortesía ritualizada* de M. Bernal (2007), el *discernimiento* de B. Hill et al. (1986) o el *wakimae* de S. Ide (1989).

<sup>79</sup> En (4) observaremos cómo, en ocasiones, el periodista transgrede las normas de este tipo de subgénero informativo, e inserta opiniones críticas sobre personajes de actualidad. En estos casos rompe con las expectativas de su audiencia, que no espera en ese momento la aparición de ese tipo de estrategias que sí pueden dañar la imagen de su referente.

**Funciones cortésia**

- argumentativa
- cohesiva
- social

**Funciones descortesía**

- argumentativa
- cohesiva
- social
- modal

Con respecto a la función argumentativa de ambas, esta autora comenta que este tipo de actividades pueden llevarse a cabo “para conseguir algo del otro” (Ibid. 31). Un alumno, por ejemplo, se mostrará más cortés de lo habitual con su profesor si lo que pretende es que este le repita un examen. La descortesía, sin embargo, difícilmente puede perseguir convencer a la persona cuya imagen sale dañada, ya que provoca un enfrentamiento interactivo. Por otro lado, ya hemos hablado aquí de un determinado comportamiento donde un hablante ataca a su interlocutor con la finalidad de mostrarse fuerte o capacitado ante una tercera persona. En los textos radiofónicos de opinión que vamos a analizar, por ejemplo, observamos cómo el ataque directo a los políticos es una estrategia del locutor para acercarse afiliativamente a su audiencia, descontenta y desengañada con respecto a este sector. Así, además de atraerla al terreno de sus ideas, el hablante ve fortalecida su imagen de periodista crítico e independiente.

Debido a que el hablante, al realizar una actividad de imagen positiva o negativa hacia el otro, también pretende, de alguna manera, proyectar una determinada imagen de sí mismo, nos resulta muy difícil separar los actos (des)corteses de esta intención de convencer o quedar bien ante los demás. Cuando alguien se muestra considerado con otra persona, en mayor o menor grado también busca que su imagen sea reconocida. Cuando alguien ataca y ofende a otro, también busca de manera consciente proyectar una determinada imagen de sí mismo. Así, actividad de (des)cortesía y argumentación parecen ir de la mano<sup>80</sup>. Como indica C. Fuentes Rodríguez (2011), “la cortesía y la descortesía sólo surgen, como operación del hablante, en las situaciones interactivas argumentativas” (41). Sin embargo, como bien afirma esta autora, debemos separar la intención (des)cortés de su efecto, que es lo realmente relevante a la hora de calificar un acto como tal. Así, podemos encontrar un tipo de descortesía expresiva que, si bien no se ha originado de manera intencional, sí produce tal

---

<sup>80</sup> Para un estudio pormenorizado de las relaciones entre estos dos fenómenos, cf. C Fuentes Rodríguez (2009b).



efecto en el interlocutor. Este tipo de (des)cortesía expresiva o involuntaria está desprovista de todo valor argumentativo, precisamente por esa falta de intencionalidad por parte del hablante. Nos referimos, por ejemplo, a situaciones en las que la emoción prima en la comunicación, y las expresiones aparecen de manera no planificada. Sería el caso de un *¡gracias!* espontáneo tras recibir un regalo sorpresa, o la emisión de un insulto como reacción tras recibir una agresión.

Para los casos en los que esta finalidad argumentativa no solo se deje entrever en el discurso, sino que esté por encima del objetivo de salvaguardar o dañar la imagen del otro, hablaremos de una (des)cortesía estratégica. Es decir, los casos en los que ensalzar o atacar la imagen del otro no supone más que una herramienta o estrategia realizada para conseguir un objetivo mayor: persuadir o convencer al oyente. Utilizamos el término estrategia en el mismo sentido con el que lo hace D. Bravo (2005b): “la idiosincrasia de la estrategia es justamente la de ser *un plan de acción cuya finalidad se subordina a otra ulterior a la misma*” (31).<sup>81</sup>

En definitiva, la cortesía y la argumentación suelen ir unidas. En el caso de que tengamos datos para interpretar que la intención de convencer o “quedar bien” con el “tú” o los demás está por encima que de la voluntad de ensalzar o dañar la imagen de otro, estaríamos hablando de (des)cortesía estratégica, dado que las actividades de imagen se subordinan a la argumentación. En lo referente a la cortesía, si el hablante se percata de esta preeminencia de la finalidad argumentativa, esto puede suponer que se aminore o incluso se anule el efecto cortés. Lo mismo sucedería con la descortesía: si un oyente, como en el caso del lenguaje parlamentario, es atacado pero se percata de que ese ataque es fruto de una estrategia cuya finalidad es quedar bien con sus compañeros o votantes, este acto descortés se ve atenuado, o incluso anulado. Por último, en el otro extremo tenemos una serie de actos corteses o descorteses que, debido a su carácter expresivo e involuntario, están desposeídos de toda carga argumentativa.

---

<sup>81</sup> Cursiva del original.

TIPOS DE DESCORTESÍA	INTENCIÓN		EFECTO (DES)CORTÉS
	Argumentativa	(Des)cortés	
<i>EXPRESIVA</i>	<del></del>		<b>v</b>
<i>ESTÁNDAR</i>	+	+	<b>v</b>
<i>ESTRATÉGICA</i>	+	-	<b>v</b> <span style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black; padding: 0 5px;"><del></del></span>

*Gráfico 19. Tipos de (des)cortesía según la intencionalidad*

Como observamos en el cuadro, en la descortesía estratégica, al dar prioridad el hablante a sus intenciones argumentativas sobre el deseo de beneficiar al oyente, se corre el riesgo de que este aprecie esta estratagema, y se anule, por tanto, el efecto más o menos descortés de la secuencia.

Volviendo al cuadro de las funciones de la cortesía y de la descortesía, C. Fuentes Rodríguez (2011) habla de una función cohesiva, refiriéndose a las formas más ritualizadas del lenguaje que sirven para saludar, despedirse o cerrar una conversación. Estas actividades pueden realizarse de manera estandarizada (neutra), de manera cortés o de manera descortés. La primera estrategia se llevaría a cabo si saludamos de manera fría y mecánica, ejecutando un ritual estandarizado sin intención de mostrar nuestra consideración al “tú”. La forma cortés consistiría, bien en aumentar la fuerza afiliativa del saludo mediante modificadores realizantes como el adverbio *muy*, bien en el uso de la entonación exclamativa: ¡*muy buenos días!*; también podemos valernos de actos para-verbales, como una sonrisa. La variante descortés de estos rituales cohesivos sería, por ejemplo, la ausencia de saludo en una situación donde este se esperara.

La función social, continúa C. Fuentes Rodríguez (2011), se deriva del deseo del hablante de forjarse una determinada imagen ante los demás: de persona atenta, considerada en el caso de la cortesía; como alguien autoritario, independiente o crítico en el caso de la descortesía.

El carácter no marcado de la descortesía posibilita que esta pueda producir un efecto de sorpresa o rechazo en el interlocutor. A esto se refiere C. Fuentes Rodríguez (2011) cuando habla de su función modal. Igualmente, esta modalidad también puede manifestarse a

través de actos perlocutivos como la amenaza o el insulto. En estos casos también se pone en juego la modalidad expresiva.

### **2.3 Síntesis y valoración**

En la primera parte de este primer capítulo hemos intentado llevar a cabo un acercamiento al estado de la cuestión sobre el fenómeno de la (des)cortesía verbal. Los primeros estudios solo se centraron en el análisis de la cortesía, destacando entre ellos el trabajo de P. Brown y S. Levinson (1987[1978]), que, si bien ha sido objeto de numerosas críticas, también ha supuesto un modelo de enorme influencia en todos los postulados teóricos posteriores. A partir de ahí surgen nuevas posturas que intentan rechazar el etnocentrismo de los autores anteriores, y subrayaban el aspecto social a la hora de analizar un determinado comportamiento más o menos cortés. Tras ello, hemos pretendido resumir las posturas de los principales autores o grupos que se han acercado al estudio de ese fenómeno desde el ámbito hispánico.

Posteriormente, nos hemos centrado en los trabajos que se han dedicado a analizar los actos de habla descorteses. Hemos pasado de los primeros estudios, aquellos que consideraban que la descortesía era tan solo la cara opuesta de la cortesía, a posturas posteriores, que consideraban la idea del *continuum* dentro del comportamiento social y lingüístico del ser humano, ligado a términos como el de *adecuación* o *corrección social*. Hemos querido cerrar este “subapartado” de análisis bibliográfico con un somero repaso a los últimos trabajos dedicados al fenómeno de la (des)cortesía verbal en sus diferentes vertientes y campos de estudio.

En un segundo momento, hemos intentado aportar una completa caracterización de la (des)cortesía, que hemos definido como el efecto que produce un elemento lingüístico dotado de un determinado valor sobre la imagen de alguien. El valor cortés o descortés no es inherente al elemento, sino que el efecto que este produce está determinado por factores como el cotexto, el tipo de discurso o el contexto situacional, social y cultural. Esto no quiere decir que no haya ciertas estructuras con un mayor grado de convencionalización, y que puedan aparecer *a priori* codificadas como (des)corteses.

Hemos señalado también que la (des)cortesía parte generalmente del hablante, y puede estar destinada bien a favorecer o dañar la imagen del oyente, bien la de una tercera persona a

la que se alude y que también puede verse afectada por el contenido del discurso. Así, pensamos que el fenómeno de la (des)cortesía no se restringe al marco dialogal. Siempre que el referente discursivo sea una persona, se pone en juego su imagen, y este, como potencial destinatario indirecto, puede verse afectado por el contenido de lo dicho y padecer, por tanto, un determinado efecto cortés o descortés. Este fenómeno tiene especial relevancia en discursos públicos como el parlamentario o el de los medios de comunicación. Aquí el hablante sabe que sus palabras van más allá del oyente que tiene delante, por lo que pueden servir como ataque a su imagen, con el fin último de convencer o “quedar bien” frente a su audiencia.

Por último, hemos querido subrayar la estrecha relación que se establece en la comunicación entre actividades de (des)cortesía y finalidad argumentativa. Normalmente van de la mano, pero podemos encontrar una (des)cortesía expresiva, no estratégica, a través de la cual se ve ensalzada o dañada la imagen de otro sin que el hablante haya tenido otra intención que esa. Por otro lado, si el oyente (o la persona aludida) percibe que esa (des)cortesía se ha llevado a cabo con otra finalidad, esto producirá un efecto atenuador, o incluso puede que este ya no perciba tal daño o beneficio en su imagen.

# **CAPÍTULO 3. LA RADIO COMO MEDIO DE INFLUENCIA SOCIAL. EL GÉNERO DEL COMENTARIO EDITORIALIZANTE**

“La radio es el único medio de comunicación masiva que resulta imposible de detener” (J. Hale, 1975:11)

**3.1. El impacto social de la radio**

**3.2. El lenguaje de la radio**

**3.3. El programa magacín**

**3.4. El comentario editorializante**

**3.5. Descortesía y medios de comunicación**

**3.6. Síntesis y valoración**



Como vimos en (2.2.4.), uno de los factores cruciales para interpretar un determinado acto de habla como (des)cortés, además del contexto social, cultural o situacional, lo conforma el tipo de texto en el que este se inserte. Cuando un oyente percibe un discurso, lo hace con unas expectativas que se derivan del medio y del tipo de texto cuyas características son conocidas por él, y donde sabe que lo adecuado o normativo es el uso de un tono y unas estrategias concretas. En nuestro estudio intentamos analizar cómo funciona la descortesía verbal en textos radiofónicos monologales de opinión, por lo que el análisis de las características que aportan a estos sus señas de identidad será uno de nuestros objetivos en las próximas líneas.

Es más, el texto al que nos acercamos en nuestro corpus posee rasgos del género del editorial, por un lado, y del comentario, por otro, por lo que nos enfrentamos aquí al clásico problema del hibridismo. Por otro lado, este discurso de opinión no suele aparecer solo, sino dentro de un formato más amplio de contenido variado. Nos referimos aquí al programa *magacín*, de gran auge en los últimos años. Intentaremos, igualmente, trazar las líneas generales de este nuevo tipo de programa que surgió en España de la mano de la democracia.

Por último, hablaremos de la relación existente entre la descortesía verbal y los medios de comunicación. Pero antes, consideramos pertinente delimitar los rasgos generales del medio radiofónico, así como el modo particular en que la palabra se manifiesta en él.

### **3.1. El impacto social de la radio**

En los últimos cien años la sociedad ha crecido de manera paralela a los medios de comunicación. Los cambios y transformaciones que ha sufrido no se pueden explicar sin la omnipresencia de estas nuevas formas de acceder a la información. Estos medios, debido a su irrefrenable evolución técnica, van conformando nuevas formas de comunicación y acción social que se van sucediendo de manera frenética.

El acceso a la radio, a la televisión o a Internet está considerado hoy día casi como un derecho del ser humano, por lo que su uso generalizado, incluso en las comunidades más pobres, es un símbolo de una sociedad global y de consumo donde ya es imposible poner barreras a la comunicación.

Como hemos dicho, Internet ha supuesto, en este sentido, una revolución no solo por sus propias características como fondo de contenidos global, sino por su capacidad de

potenciar y difundir las posibilidades de los otros medios a través, por ejemplo, de las versiones digitales de los periódicos, emisoras de radio o canales de televisión. La aparición de estos poderosos medios de comunicación de masas no solo ha supuesto que tengamos la posibilidad de conocer, sino, es más, que nos resulte realmente difícil sentirnos ajenos a la realidad social y cultural de cualquier parte del mundo.

De hecho, hoy día se produce una enorme competencia entre los diferentes canales de comunicación para captar el mayor número de usuarios posibles. Como afirman M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005), el mercado se ha convertido en una “batalla campal”, donde “la conquista de cuotas de mercado, la ampliación de la mancha de consumidores, la captación del mayor número de ciudadanos que hacen de un medio su entrada referencial para el conocimiento de la realidad constituyen los objetivos esenciales de cualquier medio de comunicación social” (24).

En esta competición de audiencias y usuarios, un medio como la radio ha logrado hacerse un sitio, a pesar de una serie de impactos que algunos vaticinaban que provocarían su desaparición. El primero de ellos, la aparición de la televisión, supuso, en un primer momento, un fuerte varapalo para el medio. Fueron muchos los profesionales de la radio que se trasladaron al nuevo formato audiovisual, así como estrategias narrativas, formatos y programas enteros que fueron literalmente copiados de los originales. Sin embargo, ambos medios terminaron por complementarse, y la radio, debido a las características de intimidad y credibilidad impuestas por sus limitaciones técnicas, se especializó en un tipo de público concreto, demandante de ciertos contenidos tratados de manera distinta a como lo hacía la televisión.

Por otro lado, la aparición de Internet ha supuesto un nuevo empuje con respecto al consumo de radio. Han aparecido nuevas formas de difusión gracias a la red, como son las escuchas *on line* o las descargas de archivos de audio o *podcast*, que permiten al usuario escuchar el programa cuándo y dónde desee.<sup>82</sup>

La fácil adaptación al formato digital, así como la especialización de sus características, ha provocado que la radio sea considerada para gran parte de la sociedad uno de los medios más idóneos a la hora de acercarse a contenidos serios.<sup>83</sup> Debido a una especial credibilidad

---

<sup>82</sup> M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) afirman que los consumidores de radio en España alcanza la cifra de los veinte millones.

<sup>83</sup> Junto con el periodismo gráfico.



que va calando en la audiencia, se ha convertido en un instrumento de enorme interés a la hora de informar y comentar temas políticos o de relevancia social.

A pesar de ello, los oyentes son conscientes, en su mayoría, de que cada cadena de radio tiene sus propias señas de identidad, que condicionarán, en mayor o menor medida, el tratamiento de esa información. Sin embargo, también comprenden que esta circunstancia se enmarca dentro de la realidad plural que caracteriza a toda sociedad democrática.

Gran parte de esta credibilidad que la sociedad asigna a la radio se origina en la imagen de profesionalidad y seriedad que transmiten los profesionales del medio. Estos, especialmente los periodistas que presentan los programas, llegan a convertirse en verdaderos forjadores de la opinión pública, y sus comentarios son seguidos cada día por millones de oyentes.<sup>84</sup> Desde el púlpito de las ondas, estos nuevos predicadores pueden valorar y juzgar acciones, difundir ideas e ideologías, así como enaltecer o dañar seriamente la imagen de los personajes públicos de los que hablan. Su discurso se ha convertido, por tanto, en un discurso de poder, cuya fuerza y relevancia en la sociedad son especialmente significativas.

### **3.2. El lenguaje de la radio**

El lenguaje radiofónico va más allá de la palabra oral, ya que otros recursos como la música, los efectos sonoros o los silencios se alían con esta para dar como resultado un entramado de significados que se engarzan en un mensaje completo destinado al oyente. En este sentido, A. Balsebre (1994) define el lenguaje de la radio como “un conjunto de formas sonoras y no sonoras, representados por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la producción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de recepción sonora e imaginativo visual de los radioyentes” (27).

Como deducimos de la definición anterior, es interesante la capacidad de la radio de, a través de entidades sonoras, transmitir imágenes a los oyentes, que de esta manera puede reconstruir hechos, personajes, épocas o escenarios. La imaginación y la evocación de ideas se ven fomentadas en radio debido a que en este medio no hay lugar para la concretización visual.

---

<sup>84</sup> Entre las características que, según A. Merayo Pérez (1992), debe tener un buen presentador de radio, destaca la formación cultural y la proximidad psicológica con el oyente.

Dentro de estos elementos que conforman el lenguaje radiofónico, la palabra es el vehículo esencial a la hora de transmitir emociones e ideas. A. Balsebre (1994) afirma que, si bien todos los demás recursos son relevantes y significativos a la hora de enriquecer el mensaje, tan solo la palabra es indispensable, dado que “es el instrumento habitual de expresión directa del pensamiento humano y vehículo de nuestra socialización” (33). En este sentido, es primordial la labor del locutor, que tiene la función de informar y verter opiniones hacia al oyente, así como hacer que este se sienta cómodo y cercano.

M. Martínez Cuesta y J. R. Díez Unzueta (2005) asignan seis funciones a la palabra radiofónica:

- Función enunciativa o expresiva, donde lo predominante es la aportación de información o datos.
- Función descriptiva, si se dedica a caracterizar escenarios o personajes.
- Función narrativa, propia de los relatos o sucesos.
- Función expresiva, donde la palabra transmite estado de ánimo.
- Función programática, donde el locutor intenta contribuir a la construcción estructural o interactiva del discurso. Este sería el caso en el que, por ejemplo, el hablante intente, mediante la palabra, establecer la unidad entre las diferentes partes del programa. Podemos ilustrar esta función a través del siguiente ejemplo, donde el presentador de *Es La mañana de Federico* adelanta el contenido de la siguiente sección:

4. Nos vamos con el BBVA a los deportes con Guillermo Domínguez (Es Radio, 22-11-10)

De la misma forma, esta función pragmática se puede llevar a cabo con el objetivo de mantener la comunicación entre hablante y oyente, ayudando, tal y como afirman M. Martínez Cuesta y J. R. Díez Unzueta (2005), “a establecer una cercanía psicológica entre ellos” (47).

- Función argumentativa, donde se utiliza la palabra para defender una idea u opinión. Esta función es propia de determinados géneros como el editorial o el comentario, sin embargo, debido a la carga ideológica que conforma la identidad de determinados programas, encontraremos esta intención de persuadir al oyente incluso en géneros donde esto no sería lo esperado. En *Es La Mañana de Federico*, encontramos esta intención argumentativa en secciones, en principio, objetivas, donde el oyente no suele esperar que estas aparezcan.

Ponemos como ejemplo un fragmento dentro de la parte del programa en que se da la información del estado del tráfico, normalmente caracterizada por la concisión informativa que requiere este tipo de servicio al oyente:

5. Después de la calma ayer en “la zanja”/ hoy vuelve a estar como siempre/ con atascos con retenciones [...] (Es Radio, 02-11-10)

Se alude a la capital de España mediante el término “la zanja”, refiriéndose así al mal estado de la ciudad debido a las continuas obras fomentadas por su alcalde, Alberto Ruiz Gallardón.

La radio, por tanto, devuelve a la palabra el poder evocador de sus orígenes. Así, a través de las ondas, como en los orígenes de la literatura oral, se fomenta la imaginación y la evocación de imágenes, y el locutor, cual juglar, se encargará no solo de relatar los hechos, sino también de interpretarlos, transformarlos e incluso crear acontecimientos nuevos. Podrá transfigurar la imagen de personajes reales, bien ensalzándola, bien criticándola hasta rozar lo grotesco o indecente. Pero, si bien en la Edad Media, además de atraer a su audiencia, el juglar pretendía no desentonar con los valores monárquicos imperantes, hoy día debemos estar atentos a las diferentes ideas – o ideologías- de cada locutor, programa o emisora de radio.

### **3.3. El programa magacín**

Una de las claves de la supervivencia de la radio ha sido su capacidad para adaptarse a los cambios de la sociedad en cada época. En España, tras la dictadura de Franco, este tipo de programa surgió como respuesta a la necesidad de la gente de abordar con libertad todo tipo de temas, y hacerlo, además, de una manera ligera y agradable. Así, este formato que antes se aplicaba únicamente a los contenidos impresos de contenido variado y fin lúdico, pasa a la radio, tomando también el término que lo etiquetaba: magacín.<sup>85</sup>

Como afirman M. Martínez Cuesta y J. R. Díez Unzueta (2005), “el programa magacín es la estrella de la programación en el panorama actual de la radio generalista” (185). Es el

---

<sup>85</sup> Según el *DRAE* (vigésima segunda edición en [www.rae.es](http://www.rae.es)), el término proviene del inglés *magazine*, y este del francés *magasin*. Según M. Cebrián Herreros (1981), su antecedente datado en época más remota sería el término árabe *majzan*, que daría en español los sinónimos almacén y magacén, este último en desuso.

formato de más larga duración de la parrilla, así como el que más audiencia atrae junto con las emisiones deportivas. Sin embargo, se diferencia de estas en que el magacín suele ser el producto que define la identidad de la cadena, así como el que marca la línea del resto de la programación. Su tono, estilo y personalidad proyectan en gran medida la imagen que la empresa emisora desea transmitir.

Entre los programas magacín de mayor relevancia hoy día en España destacamos, dentro de la mañana, *Hoy por Hoy* (Cadena Ser), *Herrera en la Onda* (Onda cero), *Protagonistas* (Punto Radio), *En días como hoy* (RNE), *Así son las mañanas* (Cadena Cope) o *Es La mañana de Federico* (Es Radio). También encontramos este tipo de programas en horario de tarde; destacamos algunos como *La ventana* (Cadena Ser), *Julia en la Onda* (Onda Cero), *Queremos hablar* (Punto Radio), *La tarde en vivo* (RNE), *La atalaya* (Cadena Cope) o *En casa de Herrero* (Es Radio). De la misma manera, también se prodigan los programas magacín los fines de semana, sobre todo en horario matutino. Es el caso del clásico *A vivir que son dos días* (Cadena Ser), *Te doy mi palabra* (Onda Cero), *Protagonistas fin de semana* (Punto Radio), *No es un día cualquiera* (RNE), *Así son las mañanas fin de semana* (Cadena Cope) o *Estamos de fin de semana* (Es Radio).

Una de las características congénitas al magacín es su heterogeneidad. C. Sánchez Vicente (2008) lo define como un tipo de programa cuya “finalidad sigue siendo el entretenimiento de la audiencia, con variadas proporciones de información, en la que se incluyen todo tipo de variedad de géneros radiofónicos desde tertulias, espacios dramáticos, entrevistas, reportajes o monográficos” (140). Siempre sin perder de vista los acontecimientos actuales y teniendo en cuenta la identidad del programa, este formato debe combinar espacios de información y de opinión, de servicio y de entretenimiento, monólogos y tertulias, de contenido serio y especializados en tema más livianos.

Esta heterogeneidad está al servicio de las dos funciones principales del programa, que son entretener e informar. Durante las horas que dure el mismo, se intenta combinar con maestría el acercamiento a la más rabiosa actualidad con secciones más cercanas al ocio o al tiempo libre. Estas podrán ser interrumpidas en cualquier momento si un acontecimiento importante sucediera, convirtiéndose, por tanto, en protagonista inesperado.

Por supuesto, esta variedad de contenidos no debe hacernos pensar que un magacín es un tipo de programa caótico e improvisado. Este posee unas características unificadoras que se repiten programa a programa, como su estructura, los colaboradores o el tono y la

personalidad impuestos por su presentador. Solo si se logra que el oyente se familiarice con estos elementos que se repetirán periódicamente, se conseguirá que el magacín se afiance en la parrilla y en los hogares de la gente.

Debido a su larga duración, este tipo de programa se divide en secciones. Estas constituyen partes definidas y autónomas, y su función básica es la de separar contenidos y géneros. Así, dentro de las secciones de actualidad, distinguiremos aquellas más informativas de otras donde predomina la opinión. Dentro del magacín, por tanto, podremos encontrar partes monologales, como el comentario o el editorial, o dialogales, como el debate o la tertulia. En otras secciones se tratarán temas más livianos, como el deporte o la crónica rosa, y, junto a estas, otras tocarán temas más relacionados con el servicio público, como la información del tráfico, del tiempo, o incluso secciones de salud. Estos contenidos se articulan dentro del programa con sus propias reglas, y algunos de ellos llegan a adquirir una entidad tal, que, como indica A. Merayo Pérez (1992) “podrían constituir por sí mismos programas diferenciados” (253).

Para enriquecer los diferentes contenidos, en cada parte aparecen colaboradores - especialistas o no- que profundizan en los temas y dinamizan los diferentes puntos de vista. Estos colaboradores participarán de manera periódica en el programa, por lo que su presencia también aporta al mismo ciertos rasgos propios y diferenciadores.

La variedad de secciones busca la necesidad de llegar a una audiencia lo más amplia y heterogénea posible, pero que no escucha el programa de manera continua, sino que se va incorporando o dejando el mismo según sus horarios o sus preferencias. C. Sánchez Vicente (2008) hace referencia a esa característica de la audiencia de los programas magacín con la expresión “efecto autobús” (144), gracias al cual el oyente se va conectando y desconectando del programa de manera intermitente. En este sentido, A. Merayo Pérez (1992) comenta que el magacín “no pretende tener un tipo de público que los siga de principio a fin. La audiencia de estos programas es numerosa, pero se incorpora a ellos de acuerdo con su interés y su ritmo” (254).

Esta idea de variedad también la recoge el *Diccionario de radio y televisión* de M. Cebrián Herreros (1981), que define magacín como un “género de programa televisivo y radiofónico que acoge contenidos de diversos tipos enlazados por un presentador o por una idea unificadora” (211).

Pero, como ya aparecía en la anterior definición, la figura que aporta la mayor unidad al programa, por encima de la variedad proveniente de las diferentes secciones, géneros y colaboradores, es la del presentador. Su presencia durante toda la emisión crea la idea de continuidad narrativa, y aporta el estilo y la personalidad que el oyente relacionará con todo el programa. Por ello, la elección del presentador será crucial si queremos que nuestro magacín cale en la audiencia. Así, es normal que los elegidos para esta función deban poseer una serie de cualidades que les permitan perder el anonimato para pasar a ser verdaderos forjadores de la opinión con altas tasas de reconocimiento social. En nuestro país, muchos de los conductores de este tipo de programas se han convertido en verdaderas celebridades dentro del mundo del periodismo. Recordemos los nombres de Iñaki Gabilondo, Antonio Herrero o Encarna Sánchez; o los aún en activo Luis del Olmo, Carlos Herrera o Julia Otero.

Tanta es la importancia de esta figura que, en ocasiones, y como afirma A. Merayo Pérez (1992), “la audiencia sintoniza el espacio no tanto por el contenido que ofrece, como para escuchar a quien lo conduce y que, en no pocas ocasiones, se convierte en un líder de opinión” (253).

El presentador de *Es la mañana de Federico*, FJL, se ha convertido en los últimos años en un personaje de una enorme repercusión mediática. Columnista y escritor, además de trabajar en la radio, sus opiniones no suelen pasar desapercibidas, y suelen generar reacciones de todo tipo. Con firmes detractores y seguidores acérrimos, lo único que nos parece quedar claro es que su discurso posee una enorme relevancia social. Podemos percibir esto a través de hechos como la subida de audiencia de la Cope con su llegada, y la correspondiente pérdida cuando este se fue de la cadena. Por otro lado, no es infrecuente que se reproduzcan opiniones del periodista en programas de televisión de máxima audiencia. Mártir defensor de las libertades para unos, sujeto de verbo violento y falto de ética periodística para otros, en (4.2.4.1.) nos centraremos en su figura, y en su discurso.

En definitiva, la aparición del magacín ha supuesto un golpe de aire fresco para el medio radiofónico, su formato dinámico, fresco y heterogéneo solo puede ser entendido dentro de una sociedad democrática, donde la libertad y la pluralidad informativas abanderan el panorama de los medios de comunicación.

### 3.4. El comentario editorializante

La variedad propia del programa magacín hace que dentro de este formato aparezcan diferentes secciones que exigirán un tipo de texto concreto, es decir, un género radiofónico – noticia, reportaje, entrevista, tertulia...- que se adapte a las características de las mismas. Nuestro estudio sobre la descortesía se ha centrado en una sección donde, normalmente en las horas iniciales del programa, el presentador del magacín *Es la mañana de Federico*, FJL, da su opinión de manera extensa sobre hechos de actualidad. Este tipo de estrategia es utilizada también por otros presentadores de este tipo de programas, como es el caso de Carlos Herrera (*Herrera en la onda*) o Félix Madero (*Protagonistas*)<sup>86</sup>. Este tipo de texto monologal y de opinión posee las características formales del género del comentario crítico. Sin embargo, y debido a que la intención del mismo es marcar la línea ideológica del programa, se acerca, en gran medida, al género del editorial. Por ello, nuestra intención en las próximas líneas será, por un lado, señalar las características de estos textos, y, por otro, intentar explicar ante qué género radiofónico nos encontramos.

M. Cebrían Herreros (1992) define los géneros como “los diversos modos en los que pueden clasificarse formalmente las producciones textuales, sean escritas o audiovisuales, y dentro de cada una de ellas según las diversas variables en que se concreten” (17). Esta clasificación se lleva a cabo a través de una determinada convención entre emisor y receptor. Esto, por un lado, facilita la labor del primero, ya que permite que el discurso se haga más comprensible, y, por otro, fomenta una serie de expectativas ante su audiencia. Así, según el género ante el que se encuentre, un oyente esperará encontrar una determinada organización estructural o de contenidos. Si encendemos la radio para escuchar las noticias de las doce, por ejemplo, es porque vamos buscando textos breves y objetivos sobre hechos de actualidad, y no extensas opiniones sobre los mismos.

La división de los géneros radiofónicos se ha llevado a cabo normalmente a partir de modelos extraídos de los medios gráficos. Así, se habla de noticia, reportaje, entrevista o editorial. Esto puede provocar, como en nuestro caso, definir textos de manera imprecisa y poco adecuada, ya que se obvian factores propios del medio como son, tal y como indican M.

---

<sup>86</sup> En otros programas magacín, el presentador suele opinar a lo largo del mismo, sobre todo mientras va intercalando noticias o declaraciones de los protagonistas, pero no lo hace en una sección concreta y de manera tan monográfica. La necesidad de opinión por parte del oyente se suele cubrir con secciones cortas de comentario llevadas a cabo por colaboradores esporádicos. Es el caso de secciones como *Ojo izquierdo* en *Hoy por hoy* o *La carta a Ernesto* en *Así son las mañanas*.

Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005), “la comunicación oral, la fugacidad del mensaje, la personalidad de la voz que enuncia el discurso y la presencia de elementos no lingüísticos” (91). Por ello, se ha exigido desde diferentes estudios que la tarea de definir los modelos de textos en radio se haga de manera autónoma, y prestando especial interés a las características del medio. Como observaba A. Merayo Pérez (1992), “se hace necesario plantear esta cuestión desde la perspectiva particular de cada medio, puesto que siendo el género una faceta de la estructura formal del relato éste se presenta con características peculiares y distintas según se trate de prensa, radio o televisión” (164).<sup>87</sup>

En la mayoría de las clasificaciones de los géneros de radio se han tenido en cuenta dos criterios: la intencionalidad y las características enunciativas. Según la intención o actitud del hablante, M. Cebrián Herreros (1992) divide los géneros en radio de la siguiente manera:

- expresivos o testimoniales: donde el autor opina a título personal o en representación del medio.
- referenciales o expositivos: donde el autor expone de manera distanciada y con la máxima objetividad posible hechos, ideas, opiniones y sentimientos ajenos a él.

Según las características enunciativas del discurso, este autor habla de:

- monólogos: donde aparece una sola voz.
- diálogos: donde aparecen varias voces en el discurso.

M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) aportan una mayor complejidad a la clasificación, y comentan que un hablante puede perseguir cuatro tipos de finalidades a la hora de generar su discurso: narrar, exponer, describir y/o argumentar. Por otro lado, según las características enunciativas del texto, podemos encontrarnos ante un monólogo (un solo emisor) o un diálogo (más de un emisor). Partiendo, por tanto, de estos dos criterios, M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) describen tanto el comentario como el editorial con los mismos términos: géneros monologales con intención argumentativa, expositiva y descriptiva.

Efectivamente, la finalidad persuasiva es inherente a este tipo de textos. Nosotros, al igual que C. Fuentes Rodríguez (2000), consideramos lo argumentativo, más que una tipología textual, una dimensión que puede aparecer o no en un discurso concreto. Así, podemos

---

<sup>87</sup> En el mismo sentido se expresaba M. Cebrián Herreros (1992), para quien “ha llegado el momento de modificar el planteamiento y trasvase y afrontar los géneros según la peculiaridad de cada uno de los medios y sacar consecuencias” (19).



afirmar que los textos que vamos a analizar pretenden exponer una idea o describir una realidad aportando un punto de vista subjetivo, con la finalidad de convencer a otro o acercarlo a sus mismas conclusiones. A pesar de las características que comparten ambos géneros, uno de los factores claves para saber a cuál de ellos se adhieren nuestros textos es comprobar si esta opinión o análisis es personal o representa la línea ideológica del medio o programa. En un segundo apartado nos centraremos en la duración del mismo, y terminaremos centrándonos en el tipo de lenguaje utilizado para definir, finalmente, ante qué tipo de género nos encontramos:

#### A) Opinión oficial

M. Cebrián Herreros (1992) afirma acerca del editorial que es un género en que se opina sobre los hechos más relevantes de la actualidad, y se profundiza sobre su alcance, antecedentes y repercusiones, pero que se hace en representación de la empresa informativa que difunde los hechos. Sin embargo, el comentario se caracteriza por analizar, interpretar y valorar hechos, tal y como afirman M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005), “desde una perspectiva individual y no institucional” (110).

En este sentido, el discurso que FJL lleva a cabo en las tres primeras secciones de su programa marca claramente la línea editorial del mismo. Sus opiniones son personales, pero, debido, entre otras razones, a su papel de director del programa, estas se erigen como signos de identidad no solo del magacín que presenta, sino también de toda la cadena en la que este se inserta. Es más, debemos tener en cuenta que estas secciones son denominadas editoriales dentro del propio programa, hecho que ayuda a comprender que han sido diseñadas con el objetivo de comentar la realidad mostrando las señas de identidad del organismo al que representan.<sup>88</sup> Así, este discurso parece amoldarse a la definición de editorial ofrecida por A. Merayo Pérez (1992), que lo describe como un género “que explica, valora e interpreta un hecho noticioso de especial trascendencia o relevante importancia, según una convicción de orden superior representativa de la postura ideológica de la emisora” (179). La diferencia crucial con el comentario, por tanto, radica en que en este se hace desde una perspectiva individual.

---

<sup>88</sup> En la página Web del programa encontramos el término editorial, junto al nombre de la sección (“Federico a las siete”, “Federico alas ocho”...) De la misma forma, se habla del editorial de Carlos Herrera o de Félix Madero en sus respectivas páginas.

Debemos tener en cuenta que un determinado programa tiende a elegir a comentaristas con cierta afinidad ideológica, de manera que estos también sirvan de difusores de sus ideas, pero, en estos comentarios, a diferencia del editorial, los verdaderos y últimos responsables son los comentaristas. Esta asunción de tal responsabilidad es claramente discernible en la columna periodística (género homólogo en los periódicos), ya que el texto aparece firmado. Esta firma se hace patente en el comentario radiofónico a través de, por un lado, la aparición del nombre del comentarista antes del desarrollo del texto, y, por otro, de la propia voz del periodista. Los rasgos prosódicos del hablante dotan al mensaje de una personalidad con enormes efectos psicológicos en el receptor. Tan identificado está el comentario con la personalidad individual del periodista que, como afirma A. Merayo Pérez (1992), “lo que se dice en el comentario vale lo que valga el prestigio profesional del periodista” (183). En los editoriales, sin embargo, la voz debe ser lo más anónima posible ya que, como afirma M. Cebrián Herreros (1992), “el editorial no admite personalización” (63).

Aplicando estas características al supuesto editorial de FJL, debemos matizar que, si bien es cierto que sus opiniones marcan claramente la línea del programa, esta línea viene marcada por la personalísima postura que este posee como presentador, director del programa y accionista de la cadena en la que este se inserta. Las declaraciones de FJL poseen un enorme eco en la sociedad, muchas han causado tanto revuelo que incluso han sido criticadas en otros medios en horario de máxima audiencia, lo que ha ido proyectando una imagen polémica del periodista, y, en consecuencia, de la cadena o programa en el que este participa. Con respecto a la responsabilidad social que sus declaraciones han provocado, en ocasiones se le han achacado a él de manera personal, como es el caso de las demandas judiciales que ha sufrido, pero otras veces las consecuencias de estos comentarios han recaído sobre la cadena. Nos referimos al intento del Consejo Audiovisual de Cataluña de cerrar la Cope, cadena desde la que FJL emitía su programa antes de pasar a Es Radio.

Así, podemos considerar que este tipo de comentarios monologales de opinión aparecen como representación del programa o cadena, aunque la voz personal y el nombre prestigioso del hablante alejan este tipo de textos del anonimato por el que siempre se ha caracterizado. Tanto es así, que es normal que encontremos en este discurso de FJL una estrategia verbal etiquetada como inadecuada con respecto al género del editorial: nos referimos a la personalización a través de la aparición de la primera persona:

6. Yo digo que este es como un gobierno pirata↓/ es como los piratas/ ¿por qué↑?/ les pagas el I.V.A. y es como pagar el rescate para que te vuelvan a atracar la próxima vez↓/ nunca acabas de pagar a los golfos↓/// ¿por qué↑? / pues por su naturaleza golfante↓ (Es Radio, 15-03-10)

#### B) Texto extenso (larga duración)

El editorial se define por su brevedad. M. Cebrián Herreros (1992) recomienda que su duración oscile entre los sesenta y los noventa segundos, ya que, cuanto más breve sea, más eficacia tendrá.

Las opiniones vertidas por FJL, sin embargo, superan en mucho este tiempo. Primero se presenta la noticia de manera breve y concisa por parte de otro hablante, de manera que aparezca claramente diferenciada la información de la opinión. Tras ello, el presentador se dispone a comentar dicho suceso. Este puede estar opinando sobre un mismo tema varios minutos, dando como resultado un proceso argumentativo complejo que parece poco apropiado para el editorial.

Con respecto al orden, lo normal es que primero aparezca el titular objetivo, y, tras él, la opinión o análisis del mismo. Sin embargo, en nuestros ejemplos encontramos que, en ciertas ocasiones, el presentador adelanta su postura incluso antes de que el titular de la noticia sea enunciado:

7. Así está el tiempo// ahora con Miguel Ángel Fernández vamos a contarles cómo está el patio/// el patio está→/ está terrible↓// lo que no es violencia es corrupción↓/ y lo que no es corrupción es el golpe de estado permanente/ al que nos vamos acostumbrando↓/// aquí ni hay régimen constitucional↑/ ni rige la ley↑/ ni parece/ que la oposición se dé cuenta/ de que dadas las costumbres del partido del Gobierno↓/ de los socialistas↓/ y de los nacionalistas↓/ eeee→/ están ya todos repartiéndose los ministerios↓/ cuidadín ¿eh↑?/ (Es Radio, 17-01-11)

Este procedimiento es considerado poco ético por algunos estudiosos, ya que el conocimiento de la noticia se verá condicionado debido a la interpretación previa de la misma. En relación a este tema, M. Cebrián Herreros (1992) comenta que “la audiencia tiene que conocer previamente los hechos antes de recibir la interpretación que la emisora haga de los mismos” (61). Sin embargo, y por encima de estas consideraciones, FJL lleva a cabo una orientación argumentativa de la noticia, mostrando su opinión previa como marco que

condicione la interpretación que el oyente hará de la misma. De esta forma, la información nunca aparece sola, sino acompañada continuamente de expresiones valorativas y, sobre todo, de la omnipresencia de su opinión.

### C) El lenguaje utilizado

Pero la gran diferencia que encontramos entre los textos de opinión de nuestro corpus y el editorial radica en el estilo. Este género se ha caracterizado por su lenguaje sencillo e impersonal, donde no tienen cabida rasgos estilísticos individualizadores que caractericen el discurso. De la misma manera, se huye del estilo coloquial, utilizando un registro estándar culto, poco espontáneo y donde se explicitan las marcas propias de un discurso leído. Esto se debe a que mediante este género se está dando voz a toda la cadena, a la que no se debe poner en riesgo de perder su prestigio y autoridad. Como afirma M. Cebrián Herreros (1992), “se produce una falta de enriquecimiento lingüístico. Pero para el enriquecimiento terminológico pueden utilizarse otros programas, otros géneros más adecuados” (64). En este sentido, el lenguaje de este discurso de opinión de FJL se aleja del editorial, y se acerca en gran medida al género del comentario.

#### C.1) Registro coloquial

En cuanto al registro, por ejemplo, el presentador se vale de un lenguaje cuidado pero cercano, en ocasiones, a lo coloquial. Se busca, por tanto, cierta proximidad con el oyente mediante la imitación de fórmulas propias de la conversación. Una de ellas consiste en dirigirse directamente a la audiencia a través de la segunda persona:

8. ¿Pero ustedes creen que este es el perfil de una fanática rodeada de fanáticos islamistas dispuestos a matar a perros infieles↑? (Cope, 10-04-07)

El presentador utiliza la segunda persona para dirigirse directamente a su audiencia. El uso de la interrogación retórica con valor expresivo también es propio de este registro coloquial.

Pero el periodista se dirige directamente no solo a sus oyentes, sino también a las personas de las que habla, de manera que su discurso adquiere un dinamismo que se aleja mucho de la rigidez propia del estilo del editorial:

9. Desde el 11M tú mismo empezaste a propalar la mentira que estamos viendo en este juicio hasta dónde llega↓/// tú/ Zapatero/ tú sí que eres un arma de destrucción masiva de la verdad↓ (Cope, 23-04-07).

De la misma forma, el hablante puede optar por reproducir las palabras de ciertos personajes de los que habla, creando un estilo dramatizado muy propio de la conversación:

10. Esto de Jaúregui han visto/// bueno→/ tenemos que escucharles→/ bueno pues a ver qué dicen→/ bueno ofrecemos diálogo→/ pero qué mamarrachada↓/ qué qué tontería es esa de diálogo↓ (Es Radio, 26-11-10)

Este tipo de estrategias propias del registro coloquial aporta riqueza y dinamismo a un discurso que, debido a la presencia de un solo hablante, corre el riesgo de tornarse, en ocasiones, monótono y lineal. Así, y mediante estos recursos, el discurso de FJL llega a acercarse a una charla entre amigos, debido a la cercanía y confianza que establece con su audiencia.<sup>89</sup>

Otra de las características del comentario es el tono jocoso y festivo que llega a adquirir en ocasiones. Este se puede manifestar a través de la ironía, recurso de enorme validez para la crítica. En el siguiente caso, FJL ataca la imagen de un miembro del PSOE, tildándole de analfabeto, y pasando de la ironía al sarcasmo:

11. De verdad↑/ yo es que le tengo tanta simpatía→/ que incluso ese prodigio de analfabetismo que es su blog me resulta/ gracioso o divertido↓ (Es Radio, 17-12-10)

Otro de los recursos coloquiales que se prodigan en el comentario consiste en la utilización de refranes o adagios populares. En el discurso de FJL encontramos esta

---

<sup>89</sup> M. Cebrián Herreros (1992:68) considera el género de la charla radiofónica el antecedente más inmediato del comentario.

característica, aunque con una particularidad, se produce una “desautomatización” del mismo mediante la modificación de alguna de sus partes:

12. Piensa Gallardón que todos son de su condición↓ (Cope, 11-04-07)

Mediante este juego fraseológico se iguala al alcalde de Madrid con un ladrón, valiéndose el hablante de la similitud fonética de ambos términos.

De la misma forma, y a diferencia del editorial, en el comentario la personalidad del periodista adquiere una importancia crucial, por lo que es importante que esta se manifieste con claridad a través de diferentes estrategias. Aquí el discurso nunca debe ser leído, por lo que el hablante debe apartarse lo máximo posible de la excesiva linealidad tonal. Así, este puede hacer uso de juegos entonativos que aporten individualidad y carácter a su voz. En los textos de FJL solemos encontrar con frecuencia la elevación entonativa, así como el alargamiento fónico de las vocales, lo que da como resultado un discurso cercano al grito:

13. Pero hombre↑/ pero si eres el del Faisán↑/ pero vamos a ver↓/ Rubalcaba↓/ ¿tú es que te crees que hay cosas que se olvidan↑?/// PUES NOOO/ EL FAISÁN/ QUE ERES TUUU/ no se puede olvidar↓/// o sea tu policía/ llamo a la ETA/ para decirle que venía la policía a detenerla/ y pudo huir↓/ ESE ERES TUUU↓ (Es radio, 12-01-11)

Como podemos observar, los rasgos suprasegmentales como la elevación tonal, el alargamiento fónico o la entonación interrogativa, junto con otras características como la apelación directa al *tú* o la referencia a este mediante el vocativo coloquial *hombre*, acercan el fragmento al registro coloquial.

## C.2. Estilo cuidado

Pero, a pesar de poseer la espontaneidad propia de lo coloquial, el género del comentario se caracteriza por su riqueza y su enorme elaboración formal. A través de estas el hablante da muestras de sus dotes como orador, e impregna el discurso de un estilo personalísimo y plagado de figuras retóricas.

El uso de los juegos de palabras o de la metáfora son, entre otras muchas figuras, rasgos característicos del discurso de FJL. Con respecto a la primera estrategia, el hablante suele

crear neologismos a partir de dos términos ya existentes. De esa manera demuestra la similitud o cercanía ente ambos, por ejemplo:

PRISOE----- PSOE = PRISA

ETASUNA----- ETA = BATASUNA

De la misma forma, la metáfora le sirve para degradar la imagen de aquel personaje del que habla, normalmente a través de animalizaciones. Se refiere, por ejemplo, al presidente de Venezuela, Hugo Chávez, como “el gorila del trabuco”, o se identifica al ministro del Interior de España con una culebra o serpiente, destacando los rasgos relacionados con la malicia y la astucia propios de este animal.

En definitiva, el lenguaje, cercano al registro coloquial, así como el estilo cuidado, son características que dotan al discurso de FJL de un carácter muy personal y diferenciado. Estos rasgos individualizadores se alejan en gran medida de las características propias del editorial, y lo acercan mucho a la flexibilidad y riqueza propias del comentario.

Observamos, por tanto, que este tipo de discurso del que se vale FJL, y que encontramos en presentadores de otros programas magacín, comprende rasgos de ambos géneros monologales de opinión: del editorial toma su intención de marcar la línea ideológica del programa o cadena, intención definida con claridad debido a que la sección posee tal etiqueta; y del comentario toma su extensión y, sobre todo, su estilo personal y coloquializante, muestras de la enorme presencia que el hablante adquiere en el discurso.

Por ello, pensamos que estamos, o bien ante la actualización de los rasgos del antiguo género del editorial, que se ha ido renovando con la finalidad de no desaparecer debido a su rigidez, o bien ante la aparición de un nuevo género híbrido. M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) nos advierten de que en radio es normal encontrar esta mezcla de géneros:

“La misma heterogeneidad, versatilidad y diversidad del discurso radiofónico tiende a mezclar los géneros y a dificultar el establecimiento de clasificaciones de géneros en estado puro” (M. Martínez Costa - J. R. Díez Unzueta: 2005: 95)

A ello contribuye, además, la personalidad de cada presentador, que puede libremente interpretar a su manera las características de un formato predeterminado, y adaptarlas a las necesidades que mejor convengan al contenido de la sección.

Así, nos encontramos ante un nuevo género híbrido, que poseería rasgos del editorial y del comentario, y nacería con la intención de, sin dejar de marcar la línea ideológica oficial,

acercarse a la audiencia de una manera más flexible y efectiva. Podemos referirnos a él con el término de *comentario editorializante*, ya que, sin perder esta intención de reflejar la línea editorial de la cadena, intenta llegar a la audiencia con un estilo fresco y dinámico.

<i>GÉNERO</i>	<i>Estructura enunciativa</i>	<i>Finalidad</i>	<i>Punto de vista</i>	<i>Extensión</i>	<i>Registro</i>	<i>Estilo</i>
<b>EDITORIAL</b>	Monólogo	Opinar/ convencer	Oficial	Breve	Formal	Estándar
<b>COMENTARIO</b>			Individual	Extenso	Coloquial	Elaborado
<b>COMENTARIO EDITORIALIZAN</b>			Oficial	Extenso	Coloquial	Elaborado

**Gráfico 20. Análisis comparativo de los géneros del editorial, comentario y comentario editorializante.**

Así, con el *comentario editorializante* el medio radiofónico soluciona el problema de rigidez y frialdad con el que se enfrentaba a la hora de comunicar al público las ideas que marcan la línea editorial de un determinado programa o cadena. Porque, como bien afirma M. Cebrián Herreros (1992), el problema del editorial es que “se dirige al cerebro, no al corazón. La radio y la televisión se dirigen al corazón, no al cerebro” (65)

Por ello, es labor del periodista modificar los géneros, manipularlos, o incluso crear otros nuevos que cubran las necesidades que se requieren en cada momento. La radio siempre ha tenido la capacidad de transformarse según las necesidades de cada época, y para ello se ha valido del carácter creativo y flexible de los géneros, ya que, y tal y como afirman J. F. Sánchez y F. López (1998), estos se definen como “instituciones vivas que evolucionan para ajustarse a las funciones propias de la actividad a la que sirven. Y no solo evolucionan, también desaparecen y surgen otros nuevos.”<sup>90</sup>

<sup>90</sup> M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) afirma que los géneros “evolucionan *históricamente*, es decir, no son construcciones aisladas de su tiempo ni de la práctica profesional; y que son *dinámicos* y *flexibles* acogiendo las peculiaridades y adaptaciones de cada autor y de cada contexto histórico y cultural” (99) (cursiva del original). En los mismos términos se expresa J. M. Legorburu Hortelano (2008), que define el género como “un concepto institucionalizado, pero mutable y en constante evolución, ya que se adapta a los tiempos y a las necesidades y el interés de la audiencia” (30).



### **3.5. Descortesía y medios de comunicación**

Aunque parezca paradójico, sentimientos como el dolor, el miedo o la violencia siempre han provocado una enorme fascinación en el ser humano. Este, guiado por un instinto que le lleva a saltarse los límites, tiende en ocasiones a buscar sensaciones fuertes, y sentir placer observando este tipo de estímulos que parecen habitar más allá de la frontera de la sociabilidad. Teniendo en cuenta esto, la sociedad puede crear los resortes necesarios para satisfacer estos deseos del ser humano basados en experimentar con el dolor o el miedo, de modo que estos se conviertan en contenidos esenciales de una determinada cultura.

“La estimulación o excitación que provocan el dolor y el miedo pueden, pues, identificarse con placer y, por ello, convertirse en metas. A partir de aquí, una sociedad que quiera descubrir y utilizar estos “oscuros objetivos”, puede desviar su trayectoria hacia una satisfacción sustitutoria y convertirlos en asociados al consumo, en arte o espectáculo” (sic.) (L. González Ballesteros et al., 1993: 63)

Esta tendencia a “espectacularizar” la violencia ha provocado que, ya desde los inicios de la civilización, la sociedad haya creado mecanismos para colmar este instinto voyerista del ser humano, desarrollando entretenimientos en los que este tipo de contenidos se erige en reclamo y estímulo principal para el espectador. Espectáculos como el circo romano, donde los ciudadanos disfrutaban de su tiempo de ocio observando la lucha a muerte, son claros ejemplos de ello.<sup>91</sup>

Hoy día los medios de comunicación de masas han tomado el relevo de estas actividades ancestrales, e intentan valerse de este enorme poder de atracción que la violencia posee para arrastrar hacia ellos a un número cada vez mayor de seguidores. Los periódicos, el cine, la radio, la televisión y, más recientemente, Internet siempre han utilizado la difusión de contenidos violentos para llamar la atención del receptor que, a salvo desde su sillón, puede vivir ese tipo de sensaciones sin perjuicio de verse afectado por ellas.

Así, una de las estrategias de los medios de comunicación es provocar sentimientos que impacten al espectador, y rompan con la tranquilidad cotidiana que le rodea. Tal y como

---

<sup>91</sup> S. García Sílberman y L. Ramos Lira (1998:331) comentan que este mismo sentimiento es el que llevaba a la gente en la Edad Media a asistir masivamente a las ejecuciones públicas. En este mismo sentido, hablan del público que asiste actualmente a las corridas de toros o los tumultos que se crean en torno a un accidentado.

afirma J. S. Grisolia (1998), “para impactarnos, para despertarnos de nuestro *sueño colectivo*, los medios de comunicación recurren a estímulos cada vez más fuertes y provocadores. La violencia figura entre ellos” (37).<sup>92</sup>

La violencia es muy eficaz pero, como cualquier otro estímulo, pierde fuerza con la repetición. Por ello, si la captación de este tipo de estímulos se realiza de manera periódica, el individuo puede llegar a acostumbrarse a ellos, normalizándolos, lo que provocaría que, para volver a sentir esa sensación de placer, necesitase un nivel de violencia mayor que el que requería en origen. Se produce así el desencadenamiento de la llamada *escalada estimular*. Sobre este fenómeno, L. González Ballesteros et al. (1993) afirman que “es sabido que la exposición a un estímulo crea habituación y aumenta el umbral de excitación del individuo, de tal manera que, para llamar la atención, debemos buscar <<algo más fuerte>>, o también, algo <<diferente>>” (119). Nos preguntamos aquí si la violencia puede llegar a convertirse, si es que no lo ha hecho ya, en un tipo de comportamiento social en normalizado, debido a su aparición constante en los medios de comunicación. S. García Síberman y L. Ramos Lira (1998) afirman que “de ser así, la violencia constituiría un hecho hipersocial en vías de ritualización a raíz de su permanente escenificación en los medios de comunicación” (386).

A esto debemos sumar la enloquecida competición a la que los medios se ven sometidos hoy día. Esta guerra por tener más lectores, oyentes, telespectadores o usuarios llega a provocar un nivel cada vez más alto de estos contenidos violentos que buscan la estimulación, la seducción de sus potenciales seguidores. Y así podemos situarnos en una espiral de descontrolado crecimiento donde el mercado y la guerra de audiencias son las que marcan el punto final.

La agresividad que transmiten los medios de comunicación puede ser de diferente tipo. En su estudio sobre violencia y medios de comunicación social, el Instituto de Sociología Aplicada de Madrid (1972) habla de violencia física, por un lado, donde situaríamos los puñetazos, patadas o estrangulamientos, entre otras actividades. Por otro lado, encontramos una violencia psicológica, que se ve plasmada por acciones del tipo de provocaciones, amenazas o situaciones en las que un individuo desprecia o ridiculiza a otro. En último lugar afirma que podemos encontrar en los medios un tipo de violencia moral, explicitada en actividades como los chantajes, los insultos o los abusos de poder.

---

<sup>92</sup> Cursiva en el original.

Para nuestro estudio nos interesa centrarnos en los dos últimos tipos, la violencia psicológica y la moral. Actos como los que aquí encontramos – amenazas, burlas o insultos – requieren del uso de la lengua para manifestarse, por lo que estaríamos hablando de una violencia verbal. M. C. García (2000) define este tipo de actos como “agresiones mediante el lenguaje” (15). Esta clase de agresiones que se realizan en los medios a través de la lengua buscan captar seguidores dando primacía a lo emotivo por encima de lo racional. Es decir, en vez de fórmulas de respeto y consideración hacia el otro, encontramos modelos de comportamiento donde lo normal son los ataques directos y agresivos hacia los demás. Así, este tipo de violencia verbal se convierte en espectáculo, y busca proporcionar sensaciones placenteras a un público guiado por el morbo. Este, al ser testigo de este tipo de violencia, se siente gratificado, ya que, por un lado, esta no le afecta personalmente, ya que está situado a cierta distancia y no ejercerá, por tanto, el papel de víctima; por otro lado, tampoco se siente responsable moral de lo allí observado, por lo que la sensación de culpa, que podría crearle cierto remordimiento, no existe. Despojados de esos sentimientos incómodos de miedo y culpabilidad, el individuo puede dedicarse gratamente a la contemplación de un tipo de actividades que le atraen por su carácter rupturista, porque son lo no esperado, lo incorrecto. Este carácter fuertemente transgresor es el que proporciona a la violencia de los medios su enorme poder de atracción.

Debido al poder de lo transgresor, de lo incorrecto, encontramos cierta tendencia hoy día a que en ciertos medios se utilice la descortesía verbal como instrumento para la captación de adeptos. La descortesía se evaluaría, en principio, como lo no adecuado, lo inhabitual en una sociedad que pregona el respeto hacia la imagen de los demás y en unos medios que durante años han intentado proyectar este modelo de comportamiento. Así, los grupos de comunicación conocen la enorme atracción de este tipo de estrategias políticamente incorrectas, por lo que se valen de actos como amenazas, insultos o descalificaciones para atraer a un receptor ávido de estímulos agresivos.

Con respecto a este tipo de comportamiento en los medios, J. Culpeper (2005) habla de que nos encontramos ante una descortesía como entretenimiento. En su estudio basado en la televisión, comenta que últimamente la aparición de la descortesía verbal ha provocado la transgresión de las reglas originales de ciertos formatos, dando lugar a variantes más agresivas y transgresoras de los mismos. Es decir, programas que derivan de otros pero que se dedican a explotar las estrategias descorteses entre los participantes, lo que conlleva cierto

cambio en cuanto al género televisivo. Así, pone como ejemplo el género del concurso, y compara su formato de estructura clásica con un nuevo programa llamado *The Weakest Link*. Este último se diferencia del formato original en que el presentador puede humillar y ridiculizar a los concursantes. Así, se utilizan estrategias de descortesía para crear un género nuevo que busca sorprender a un público que busca novedades y emociones fuertes.

En su estudio sobre la agresividad verbal en televisión, E. Brenes Peña (2009e) habla de la existencia de una “descortesía mediático lúdica, una descortesía que, utilizada como un medio de entretenimiento de los telespectadores, responde al objetivo de los medios de comunicación de masas de ampliar considerablemente el volumen de los receptores” (287). Esta autora ilustra esta tendencia a la representación lúdica de la descortesía en los medios a través de la pseudotertulia televisiva, pero matiza que esta tendencia aparece en otro tipo de formatos como los documentales (J. Culpeper, 2003; D. Bousfield, 2007a, 2007b, 2008), los debates (M. Lunginbühl, 2007) o incluso en las obras teatrales (J. Culpeper, 1998).

Sin embargo, son pocos los estudios dedicados al aprovechamiento que hace el medio radiofónico de esta agresividad verbal a la hora de atraer al público. Lo cierto es que el ambiente de polémica y de enfrentamiento parece no haber tenido tan buena acogida en este medio como en televisión. La menor presencia de la violencia en la radio se debe a que esta función de sobreexcitar y de polemizar se vio desplazada, en su origen, de este medio al televisivo. En el momento en que nació la televisión, esta se limitó a imitar los recursos y formatos de la radio. Este hecho, que parecía que podía provocar la desaparición del medio radiofónico, supuso, sin embargo, una especialización de contenidos. Mientras que el nuevo medio se dedicó a buscar una audiencia masiva a través del entretenimiento y las emociones, el antiguo se concentró en atraer a un tipo de oyente con mayor formación, que buscaba contenidos más especializados y serios.

Hoy día la radio es un instrumento de enorme influencia social, y este carácter más riguroso del que hemos hablado lo ha convertido en una vía de formación de opinión de enorme eficacia. Esto, unido a la aparición en los últimos años de un tipo de programa como el magacín, que atrae a un considerable número de oyentes, ha provocado que la guerra de audiencias también se libere en el campo de batalla de las ondas.

Esta circunstancia ha provocado que este medio tampoco se libere de este fenómeno de la descortesía mediático-lúdica a la que aludía E. Brenes Peña (2009e), o “impoliteness as entertainment” como lo llamaba J. Culpeper (2005: 44). Como explicaremos más

exhaustivamente en el capítulo (5) de este estudio, el discurso del presentador del programa radiofónico *Es La Mañana de Federico* está impregnado de estrategias como la imposición de la opinión, la descalificación o la burla, originadas con la intención de provocar polémica, “hacer ruido”, y así crear cierta repercusión en la sociedad y ganar adeptos. Como ya hemos indicado, la radio se ha erigido como un medio esencial a la hora de tocar temas serios y moldear opiniones. Así, la descortesía del presentador de este magacín se intensificará en las secciones relacionadas con el tema político.

La novedad que supone la aparición de una serie de estructuras enormemente descorteses en los clásicos formatos de opinión de la radio, como son el comentario o el editorial, ha provocado, como ya apuntaba J. Culpeper (2005), la aparición de un nuevo género, el *comentario editorializante*, que servirá de molde idóneo para el discurso agresivo y altamente argumentativo de Federico Jiménez Losantos<sup>93</sup>.

### **3.6. Síntesis y valoración**

En este apartado hemos intentado explicar los vínculos que se establecen entre la violencia y la descortesía verbal, por un lado, y el fenómeno de los medios de comunicación de masas, por otro. Estos se valen de la atracción connatural al ser humano hacia los estímulos fuertes o hacia lo transgresor para convertir esta violencia en espectáculo. En este sentido nos encontramos ante un uso de la descortesía verbal como entretenimiento por parte de estos grupos de comunicación.

De esta tendencia a “espectacularizar” la descortesía tampoco se libra el medio radiofónico. Este ha adquirido un enorme prestigio social a la hora de transmitir opiniones sobre temas serios de relevancia y actualidad. Siendo consciente de ello, Federico Jiménez Losantos utiliza un lenguaje descortés y agresivo a la hora de exponer su postura sobre un determinado tema de contenido político. De esta forma, pretende romper con lo establecido, con lo esperado, y atraer así a una cantidad mayor de oyentes.

Debido al cariz agresivo de su discurso, así como a su intención de enorme carga persuasiva, no le valen ya los antiguos formatos. Pretende marcar con sus opiniones la línea

---

<sup>93</sup> A. Briz (e.p.) habla de cierta *globalización coloquial* que se está produciendo en los medios. En este tipo de discurso se tiende a abusar del registro coloquial como herramienta para diseñar un discurso violento y de ataque a la imagen del otro. En este sentido, y desde un punto de vista macroestructural, es normal que aparezcan próximamente otros “pseudogéneros” basados en la trasgresión de de las normas clásicas, y que tomen como nuevas consignas la tendencia coloquializante, por un lado, y la descortesía verbal, por otro.

ideológica del programa, pero no se resigna a ceñirse a los rígidos patrones que marca el género del editorial. De ahí la aparición de un nuevo género radiofónico: el *comentario editorializante*.

# **CAPÍTULO 4. JUSTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL CORPUS**

“La violencia es el miedo a los ideales de los demás”

(Mahatma Gandhi)

## **4.1. Justificación del corpus**

## **4.2. Descripción del corpus**

### **4.2.1. El/ los programa(s)**

4.2.1.1. Método de transcripción

### **4.2.2. Estructura textual**

4.2.2.1. Medios cohesivos entre las diferentes secciones del programa

### **4.2.3. Estructura secuencial**

#### **4.2.4. Estructura interactiva**

4.2.4.1. La figura del hablante

4.2.4.2. Figura del oyente

4.2.4.3. Contexto

*4.2.4.3.1. La ideología de los participantes*

## **4.3. Síntesis y valoración**





#### **4.1. Justificación del corpus**

Desde su aparición en 2003, el programa de radio que presenta y dirige Federico Jiménez Losantos ha tenido una enorme repercusión. Por un lado, consiguió aumentar la audiencia matinal de la cadena Cope hasta cotas nunca conseguidas por la cadena. Pero, por otro lado, debido al discurso directo y en cierta forma agresivo, el periodista ha sido objeto de muchas críticas por parte de sectores variados de la sociedad, así como por otros medios de comunicación. Tanta polémica suscita el discurso de FJL que, como ya dijimos, es normal que se aluda a alguna declaración suya en programas de televisión de máxima audiencia o se le critique desde las páginas de diferentes periódicos. El periodista José María Izquierdo, dentro de su sección “Los jinetes del Apocalipsis”,<sup>94</sup> en la que se critica a periodistas que se caracterizan, según él, por su beligerancia verbal, dibuja a FJL de la siguiente manera:

“Jiménez Losantos tiene larga la lengua y suelta la mano. Repartidor de mandobles a derecha e izquierda, arriba y abajo, su impronta vive por donde pasa, marca el estilo que necesita a su alrededor para sobrevivir rodeado de un grupo de fieles. Se encuentra a gusto, a la vista de lo que sonrío, en los banquillos de los acusados, que tanto visita por lo mucho que injuria.”  
(www.elpaís.com)

De la misma forma, y como apunta arriba Izquierdo, Losantos ha sido objeto de varias demandas por causas relacionadas a las faltas graves a la imagen y al honor hacia las personas a las que se refiere en su programa. Algunas querellas se resolvieron a su favor, otras en su contra. Entre las expresiones utilizadas por los jueces que lo condenaron, encontramos ciertas referencias al lenguaje agresivo del presentador, así como a su intención de atacar la imagen de las personas a las que critica:

---

<sup>94</sup> En esta sección el periodista critica a compañeros de profesión cuyo discurso se caracteriza por la crítica extrema, la violencia verbal y el insulto. En palabras del autor de estos artículos, “personajes que insultan como tabernarios y vilipendian como desfachatados” (Declaraciones a *El País*, 09-01-2011). Algunos de los personajes a los que se refiere en sus artículos son Alfonso Ussía, Antonio Burgos, Federico Jiménez Losantos o César Vidal, compañero de este en Es Radio. Estos periodistas citados se caracterizan, además de por la contundencia y agresividad de su discurso, por defender posturas de derecha o conservadoras, ideológicamente opuestas a la marcadas por el periódico en el que colabora José María Izquierdo. Este dato, lejos de anular las afirmaciones críticas de Izquierdo, ponen de manifiesto la explícita guerra ideológica que trasunta detrás del periodismo en España.

“El querellado, por un lado imputó hechos falsos [...] y, por otro, utilizó de forma reiterada insultos y descalificaciones con imputaciones gravemente ofensivas que afectan a la dignidad del querellante [...] Las expresiones proferidas son tan claramente insultantes o hirientes que el ánimo específico se encuentra ,insisto, en ellas [...] No existe duda alguna de que pretendían vengar la imagen y dignidad del querellante en forma innecesaria y gratuita y desacreditarle públicamente en su condición de Alcalde de la Villa de Madrid y de miembro del Partido Popular.”<sup>95</sup>

Es interesante analizar un discurso que, debido a su carácter violento y ofensivo, ha llegado a alcanzar una enorme repercusión social, ya sea en forma de crítica, ya en forma de adeptos incondicionales. Y debido a estas características hemos decidido estudiarlo dentro del marco de la descortesía.

Por otro lado, la radio nos pareció un medio muy oportuno para nuestro análisis. Primero, nos encontramos ante una de las vías más prestigiadas a la hora de tratar temas serios como la información política. Por este mismo hecho, el lenguaje radiofónico marca una norma, y se presenta como un modelo a la hora de utilizar un lenguaje culto con una finalidad informativa, expositiva y lúdica. Y segundo, el registro cercano a lo coloquial del magacín supone un fiel reflejo de las expresiones utilizadas en una conversación cotidiana de nivel culto.

Por la enorme repercusión mediática de este discurso, debido, sobre todo, a que se difunde a través de medios de comunicación de masas, podemos relacionar nuestro estudio con los trabajos de N. Lorenzo (2009) o J. Culpeper (2005), que hablan de una descortesía como entretenimiento, en la línea de la descortesía mediático- lúdica a la que se refiere E. Brenes Peña (2009e) en su estudio sobre las pseudotertulias de crónica rosa.

Por motivos de espacio nos es imposible realizar un análisis exhaustivo de las estrategias descorteses que se llevan a cabo en un programa de seis horas de duración, y sobre todo, de una heterogeneidad tal que sus partes distan mucho de poseer una unidad discursivo-enunciativa. Por ello, dentro de este programa magacín centraremos nuestro estudio en las secciones de opinión que son ocupadas por el género del *comentario editorializante*, y que transcurren durante las primeras horas de programa (de seis a ocho y media). Aquí el análisis y la interpretación de la realidad son llevados a cabo de manera

---

<sup>95</sup> Sentencia del juzgado número seis de lo penal de Madrid, sobre una querrela impuesta por el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, a Federico Jiménez Losantos. Este fue condenado a pagar 36.000 euros, la mitad de lo que pedía el fiscal. (*Público.es*, 16-06-08).

exclusiva por parte del presentador. El hecho de centrarnos en las secciones de tema político se basa en que estas partes son las que mejor definen la línea ideológica del programa, por lo que marcarán el uso argumentativo del lenguaje a través de estructuras descorteses. Esta descortesía usada con la finalidad de persuadir al oyente se da, por tanto, más densamente en las secciones donde este es el tema principal. En la medida en que el contenido se va apartando de la actualidad política, la descortesía disminuye, debido precisamente a la mitigación de la intención del hablante de inculcar al oyente una ideología determinada.

Varios estudios ponen de relieve la naturaleza intrínsecamente polémica del lenguaje político. M. P. Díaz Barrado (1989), por ejemplo, en su libro de análisis de este tipo de discurso, comenta que en ocasiones podemos encontrar estrategias como “insultos, amenazas, descalificaciones o ironías” (30). Por ello, son generales opiniones como la de C. Fuentes Rodríguez (2010b) que lo caracteriza como un tipo de lenguaje donde “lo característico es la confrontación” (89)

Pero la motivación principal por la que hemos limitado nuestro estudio a un tipo de texto monologal<sup>96</sup>, en este caso al *comentario editorializante*, consiste en que la mayoría de los estudios sobre (des)cortesía se han centrado exclusivamente en discursos dialogales. Lo novedoso de nuestro estudio radicará, por tanto, en comprobar, en primer lugar, si puede haber (des)cortesía más allá del marco dialogal, y, en el caso de que sea posible, realizar un análisis pormenorizado de las estrategias que son utilizadas de manera exclusiva en este tipo de textos.

## **4.2. Descripción del corpus**

### **4.2.1. El/ los programa(s)**

Hemos diseñado nuestro corpus de estudio a partir de dos programas radiofónicos, que, en realidad, son el mismo. Esto requiere una breve explicación: parte de nuestros textos pertenecen al programa de radio *La Mañana*, magacín emitido de 2003 a 2009 en la Cope, cadena cuyo máximo accionista es la Conferencia Episcopal Española. Dirigido y presentado por Federico Jiménez Losantos, dicho formato elevó enormemente la audiencia de las mañanas de la Cope. A pesar de ello, en Julio de 2009 el director y presentador no fue

---

<sup>96</sup> En (5) ya comentaremos los casos concretos en los que, a través de ciertas estrategias enunciativas, el discurso del periodista puede llegar a adquirir rasgos dialogales.

renovado en su contrato. En algunos medios se rumoreaba que la Conferencia Episcopal decidió no renovarle debido a que el carácter violento de su discurso no se ajustaba a los valores generales del catolicismo; otros medios justificaban la no continuidad de FJL en la cadena Cope a presiones del Partido Popular, agrupación que estaba siendo duramente criticada por el presentador. En definitiva, el presentador rechazó una oferta de la Cope para trabajar como colaborador en otros programas, y pasó a presentar el magacín matutino *Es La Mañana de Federico*, en la cadena Es Radio, una emisora que vio la luz en septiembre de 2009 con una clara ideología conservadora y de tendencia liberal. En esta cadena se emite, por tanto, el programa hasta la fecha. El nuevo magacín posee la misma franja horaria, estructura, secciones y hasta sintonía que *La Mañana* de la Cope. De la misma manera, muchos colaboradores e invitados se han incorporado al nuevo programa.<sup>97</sup> La única variante que puede ser relevante desde el punto de vista del análisis discursivo es el factor situacional que hace referencia a la cadena donde se emite el programa que contiene el discurso que vamos a analizar.<sup>98</sup>

No queremos decir aquí que el discurso de un hablante-periodista vaya a verse mediatizado por la empresa o cadena desde donde emita su mensaje, pero sí creemos que, para interpretar de manera plena un texto, debemos conocer, además del género donde este se inserta, la situación general que lo rodea. El hecho de conocer la ideología de la cadena donde se emite el programa nos podrá ayudar a interpretar en qué medida las palabras del presentador están en consonancia con la línea general de esta, o, por el contrario, se separan en mayor o menor medida de la misma. En lo que respecta a nuestro discurso, ambas cadenas poseen una línea ideológica muy similar, es decir, son conservadoras y de carácter liberal, aunque debemos tener en cuenta la vertiente religiosa de raíz católica propia de la Cope. Por ello, el hecho de haber cambiado de empresa o cadena no ha supuesto un cambio estructural ni de contenido en lo que respecta al discurso que vamos a analizar. De este modo,

---

<sup>97</sup> El trasvase de formato se realizó con la intención de arrastrar consigo a su antigua audiencia. Esta no sigue tanto a una determinada cadena, como a los contenidos y, sobre todo, al presentador del programa. Como vimos en (3.3.) la figura de este, sobre todo en lo referente a los programas magacín, adquiere tal relevancia en la sociedad, que la audiencia llega a escuchar el programa no tanto por los contenidos de este o por la cadena en el que se inserte, sino por la personalidad de su conductor, que llega a erigirse en verdadero líder de opinión.

<sup>98</sup> En este sentido, afirman M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) que “cada medio tiene unas señas de identidad que los consumidores conocen y que la sociedad actual permite, y se refleja en la variedad de las ofertas comunicativas que consagran el concepto de *pluralidad temática*” (23) (Cursiva en el original).

realizaremos un análisis del mismo de manera unitaria, como si de un mismo programa se tratara.<sup>99</sup>

Nos hemos basado en los documentos de audio colgados en la página Web de la cadena (Cope y Es Radio), y que hemos transcrito *a posteriori*. Concretamente, hemos analizado ochenta y tres archivos pertenecientes a cincuenta y dos programas distintos. Cincuenta y seis de estos audios pertenecen a la parte de comentario político, y veintisiete poseen contenidos de otras secciones como la tertulia, los deportes o la crónica rosa. Los programas se han seleccionado de manera aleatoria, en una franja temporal que comienza en enero de 2007, y termina en febrero de 2011.

#### 4.2.1.1. Método de transcripción

Para nuestro análisis nos hemos basado en el sistema de transcripción del Grupo Val.Es.Co (2003). Sin embargo, no hemos considerado oportuno plasmar todos los aspectos prosódicos del discurso, sino solo aquellos que tienen una repercusión directa en el efecto más o menos descortés de un enunciado o segmento determinado. Consideramos especialmente importante la entonación discursiva, de una enorme riqueza y variedad en el caso del habla de FJL. Por ello, hemos señalados cuidadosamente los tonemas finales más relevantes, marcados con flechas que señalan el carácter ascendente (↑), descendente (↓) o suspendido (→) de los mismos. Otros recursos prosódicos como la elevación tonal, la pronunciación silabeada o las pausas también aparecen representados, ya que, en su mayoría, poseen cierta relevancia para nuestro análisis.

#### 4.2.2. Estructura textual

El programa presentado por FJL se emite de seis a doce de la mañana de lunes a viernes. Esta franja horaria es la normal para este tipo de magazines matutinos en la radio española, ya que es la que mejor se amolda a las posibles necesidades de su audiencia potencial.

De seis a ocho y media de la mañana se van enunciando las principales noticias, intercalándolas con secciones de opinión, que conformarán el objeto de nuestro estudio. Esta estructura se repetirá cada hora, emitiendo periódicamente conexiones regionales o locales.

---

<sup>99</sup> En los ejemplos sí marcaremos, junto a la fecha de emisión del programa, el nombre de la cadena: Es Radio o Cope.

De esta manera se cumple la finalidad de mantener informada de una manera rápida y exhaustiva de los principales sucesos a la audiencia que se va despertando e incorporándose al trabajo gradualmente. En estas horas, por tanto, lo normal es no poseer una audiencia fija sino “rotativa”, que va acercándose al programa y dejándolo a lo largo de esas seis horas. En el siguiente comentario del presentador observamos cómo hace referencia a los oyentes que van, poco a poco, uniéndose al programa:

14. Bienvenido a Es La Mañana si se incorporan ahora↓/// Si no↑/ si llevan con nosotros desde las seis↑/ vale de acuerdo→/ sí sí sí/ aquí estamos↓// siempre↓ (Es Radio, 22-11-10)

Igualmente, junto a las noticias se intercalan comentarios que cubren la necesidad del receptor de que se le ofrezca una opinión personal sobre ese hecho, que será gratamente aceptada, en general, debido a que este suele elegir la cadena cuya línea ideológica más se acerca a la suya propia. Informaciones como el estado del tiempo o de las carreteras terminan de cubrir esta función muy ligada al servicio público que cumplen las tres primeras horas de este tipo de programas. Sobre las ocho y media el ritmo acelerado del programa aminora, y este se vuelve más pausado, invitando a la reflexión y al análisis de los hechos sucedidos, normalmente a través de una tertulia en la que varios invitados comentan las noticias que antes se han estado relatando. A partir de las diez cambia el contenido del programa, y se deja de lado el tema político, para abrir una serie de secciones variadas más ligadas al ocio o al tiempo libre: humor, mundo rosa, libros, cine... Así, el magacín intenta acercarse a una audiencia que escucha el programa de una manera más continuada, normalmente porque trabaja en casa o tiene la posibilidad de escuchar el programa en su lugar de trabajo. Las diferentes secciones del programa son, en definitiva, las siguientes:

- “Federico a las seis”: tras dar la información meteorológica, nos encontramos ante el género radiofónico del *comentario editorializante*. Aquí el presentador y director del programa va comentando y opinando sobre varias noticias que otros co-presentadores<sup>100</sup> relatan. También se pueden intercalar declaraciones de los protagonistas.

- “Resumen de prensa”: dos co-presentadores relatan brevemente las principales noticias del día

---

<sup>100</sup> Diferenciamos estos *co-presentadores* de los *colaboradores*, que son aquellos invitados que participan puntualmente y en determinados días tanto en la tertulia como en otras secciones de ocio o tiempo libre.

- “Federico a las siete: posee la misma estructura que “Federico a las seis”. Al final, de esta sección se da la información del tráfico.

- “Prensa económica”: un co-presentador se encarga de informar sobre los aspectos económicos más relevantes.

- Deportes: otro co-presentador resume los acontecimientos deportivos e la jornada anterior.<sup>101</sup>

- “Federico a las ocho”: sección con la misma estructura que “Federico a las seis” y “Federico a las siete”.

- “La tertulia”: tertulia política donde el moderador y varios colaboradores discuten de los temas que antes han sido comentados. De lo monologal pasamos a lo dialogal, pero con un claro acento formal. Lo argumentativo sigue primando, pero hay poca confrontación de opiniones debido a la cercanía ideológica de los participantes.

- “La bolsa”: un co- presentador informa sobre el estado actual de la bolsa.

- “La opinión de los oyentes”: aquí se le cede la palabra a los oyentes, a los que se escucha directamente gracias a llamadas en directo o mensajes que estos dejan en el contestador, o bien se leen sus opiniones que llegan a través de *sms* o correos electrónicos.

- “El grupo risa”:<sup>102</sup> un grupo de humoristas e imitadores recrean escenas cómicas y parodias sobre temas de actualidad. Se utiliza el humor con una finalidad argumentativa, ya que normalmente las bromas van unidas a la línea ideológica del programa.

De diez a doce el programa consta de varias secciones, de media hora a una hora de duración aproximadamente, en las que participan diferentes colaboradores. Esta parte trata de manera más marginal la política actual, y ofrece a su audiencia temas menos serios y más ligados al ocio o al tiempo libre. A pesar de ello, el tema de algunas de estas secciones puede ser fronterizo con la actualidad política, por lo que la dimensión argumentativa, sobre todo en la figura del presentador, vuelve a hacerse presente. Entre ellas destacamos: “Breve historia de España para inmigrantes, nuevos españoles y víctimas de la ESO”. Aquí predomina un discurso narrativo- expositivo con tintes didácticos pero con un cariz argumentativo e ideológico muy marcado. Y otras secciones como “Crónica rosa”, “Crónica negra”,

---

<sup>101</sup> En las secciones económica y deportiva, al ser el propio presentador el que da la entrada a este co-presentador, en ocasiones se establece entre ambos un breve diálogo.

<sup>102</sup> El nombre de la sección hace referencia, mediante un juego de palabras, al Grupo Prisa, grupo de comunicación de ideología contraria a la de la cadena donde trabaja el presentador. El Grupo Prisa es dueño, entre otros medios, del periódico *El País* o la cadena Ser.

“Sobrevivir a la crisis”, “¿Qué me pasa, doctor?”, “Confidenciales”, “De acá para allá”, “Viajes”, “Libros”, “Cartelera”, “Recetas”, etc.

#### 4.2.2.1. Medios cohesivos entre las diferentes secciones del programa

La figura del presentador es la que aporta el mayor grado de cohesión entre las diferentes partes del programa. Es el único actante presente en todas las secciones, y su estilo e ideas, su personalidad, al fin y al cabo, configuran una imagen que condiciona su discurso y el de los demás. Ya indicamos que, según M. Martínez Cuesta y J. R. Díez Unzueta (2005), una de las características de la palabra radiofónica consiste en la llamada función programática, consistente en transmitir “sensación de unidad entre las partes, de enlace o transición, de continuidad de contenidos y formas” (46).

Otros elementos que aportan unidad al programa son el título y la sintonía. El programa, con el cambio de cadena, pasó de llamarse *La mañana de la Cope* a *Es la mañana de Federico*. Así, el director del programa intentó cambiar lo menos posible el título, de manera que su audiencia siguiera reconociendo en su nuevo programa las características que tenía el anterior. Ya hemos dicho que, a pesar de cambiar de emisora, FJL quiso realizar casi un trasvase del programa, cambiando lo menos posible del original: sintonía, colaboradores, línea editorial, estilo... Por supuesto, se suprime el nombre de la cadena anterior para introducir, mediante un juego de palabras, a la nueva.<sup>103</sup> A ello se añade que la figura del director y presentador, el que aporta identidad al programa, se hace patente ya desde su mismo nombre. Esto es debido a la enorme repercusión social que ha adquirido el personaje, que ya es un reclamo por sí mismo.

La sintonía, por otro lado, adquiere una función mayor que la mera introducción o cierre del programa. Las características de la melodía determinarán el carácter y la personalidad del mismo, dando pistas a la audiencia de sus rasgos identitarios. Como afirman M. Martínez Cuesta y J. R. Díez Unzueta (2005) “la sintonía es un reclamo y una identificación” (50).

Tanto en su primera versión (*La mañana de la Cope*) como en la actual (*Es la mañana de Federico*), el programa comienza con el pasodoble *Suspiros de España*, para, tras algunos segundos, sonar con fuerza la canción *My Sharona* del grupo de rock & roll “The Knack”.

---

<sup>103</sup> M. Martínez Cuesta y J. R. Díez Unzueta (2005) afirman que el título del programa debe “facilitar la retención del oyente, lo que llevará a buscar títulos que permitan juegos de palabras a lo largo de la emisión” (192).



Así, tras el aire célebre de una canción símbolo de la tradición española, se pasa al ritmo estruendoso y desenfrenado, con fuerte presencia de la percusión, de la banda de rock. Debemos relacionar esto, por un lado, con el carácter marcadamente españolista del programa, manifestado en numerosas ocasiones por su presentador, y, por otro, con el tono combativo y de rebeldía que predomina en cada opinión, en cada crítica que lleva a cabo FJL. En definitiva, la idea de España y una postura agresiva ante todo aquel que pretenda perjudicarla: este es el sello del programa.

Además de esto, existe una serie de elementos más propiamente lingüísticos que unen unas secciones con otras. En las partes de comentario crítico de tema político, el principal recurso es la repetición. Se repiten temas, palabras, estructuras o incluso expresiones enteras. Encontramos contenidos casi idénticos, ya que cada sección está pensada para ser recibida por oyentes distintos, según se vayan levantando de la cama hasta incorporarse a sus tareas diarias. Por ejemplo, el veintidós de noviembre de dos mil diez, en las tres secciones (“Federico a las seis”, “Federico las siete”, “Federico a las ocho”) se sigue el siguiente orden temático: la UE sale en ayuda de Irlanda, entrevista de *El País* a Zapatero, elecciones en Cataluña, misa en el Valle de los Caídos. Pero no solo se repiten los temas, sino las estrategias valorativas que utiliza el presentador para comentarlos. Así, con respecto a la citada entrevista de Zapatero a *El País*, FJL opta por comentar que el presidente del Gobierno no está cuerdo, idea que repetirá estratégicamente en cada sección:

15. Zumbao/ que es que no está bien↓// Este hombre no está bien↓ (Es Radio, 22-11-10)  
(Federico a las seis)

16. ¿Creen ustedes que Zapatero va a recuperar la cabeza que/ sin duda/ ha perdido/ como acredita su entrevista en *EL País*↑? Es que este hombre no está bien↓/ no es que gobierne mal/ que por supuesto/↓// No no/ es que no está bien↓ (Es Radio, 22-11-10) (Federico a las siete)

En las tres secciones, por tanto, se repiten expresiones relacionadas con el campo semántico de la locura o la demencia como “zumbao”, “no está bien” o “zombie”.

Otra de sus estrategias cohesivas consiste en utilizar sinónimos referenciales que señalan al objeto discursivo. Uno de los referentes más frecuentes es el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, al que se alude a través de diferentes expresiones en cada sección. Podemos citar algunas:

- Federico a las seis: “presidente”, “el que no preside”, “ZP”
- Federico a las siete: “José Luis”, “Zeta- zombie”.
- Federico a las ocho: “el manirroto”, “el solitario de la Moncloa.”

Debido a la mayor disparidad temática, las secciones que se apartan de lo político tendrán una menor unidad entre sí. A pesar de este factor, el presentador se encarga de ensamblarlas, presentando al final de la sección lo que va a tratarse en la siguiente. Para ello utiliza expresiones deícticas muy comunes en este tipo de programas:

17. Luego viene César y hablamos del Franquismo (Es Radio, 22-11-10) (Final de la sección de “Grupo Risa”)

18. Nos vamos con el BBVA a los deportes con Guillermo Domínguez (Es Radio, 22-11-10) (Final sección “Prensa económica”)

Pero, como ya señalamos al principio, la figura del hablante es el eje vertebrador del programa, y el tono violento y agresivo de su discurso se va repitiendo en cada sección. Ya dijimos que esto era más común en las secciones donde el tema político e ideológico entra en juego, pero este tono beligerante puede aparecer en cualquier momento, ya que el presentador puede, a partir del tema del que se habla, volver al tema político de una manera un tanto forzada, faltando, por tanto, al principio de relación del que nos hablaba P. Grice (1975). Esta vuelta al tema político trae como consecuencia la aparición de la descortesía. El siguiente ejemplo pertenece a la sección de deportes, en la que se establece un diálogo entre FJL y el presentador de la sección. Hablan sobre un defensa del Athletic, equipo de fútbol de Bilbao. FJL aprovecha la fama de violento de este jugador y su origen venezolano para hacer alusión a un supuesto etarra que trabaja para el Gobierno de Chávez, tema tratado en las secciones anteriores de comentario político:

19. FJL: ¿Y no hay posibilidad de aplicarle algún tipo de ley a Amorebieta que le impida tratar de asesinar al prójimo↑? [O que/ canjearlo por el etarra este que tiene / eee→]/ Chávez en el Gobierno// no porque este lo sea// no sé// pero como él es de Venezuela→ [...]  
 Guillermo Domínguez (co presentador): [Es tremendo lo de Amorebieta/ ya...] (Es Radio, 22-11-10)

En definitiva, además de los mecanismos cohesivos propios del género del magacín, que se encargan de engarzar secciones de diversos temas y tonos de manera que puedan llegar a un público lo más amplio posible, es la voz del presentador la que da unidad a las secciones. La insistencia en lo político, el tono agresivo y coloquial, la ironía o el humor afilado son constantes en el discurso de FJL, y estos rasgos son los que dotan al programa de una unidad e identidad propias e identificables.

#### 4.2.3. Estructura secuencial

Siguiendo los modelos de E. Roulet y J.M. Adam, C. Fuentes Rodríguez (2000) propone una tipología textual partiendo de la idea de la heterogeneidad textual. En opinión de C. Fuentes Rodríguez (2000) “el fracaso de los intentos de clasificar los textos viene de no tener en cuenta dicha heterogeneidad” (137). Esta autora considera que todo texto está formado por diferentes secuencias relacionadas entre sí, algunas por coordinación, otras por subordinación - en este último casi siempre habrá una dominante o preferente-. Su clasificación tiene en cuenta diferentes criterios:

##### CRITERIOS:

<i>Super y macroestructura</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Enunciación</i>
SECUENCIAS:		
narrativa	argumentativa	monologal: dialógico
expositiva: descriptiva	poética	monológico
deliberativa		dialogal
instruccional		

**Gráfico 21. Tomado de C. Fuentes Rodríguez (2000, 138)**

Según el gráfico, las secuencias pueden ser narrativas, expositivas o instruccionales. Dentro de las expositivas, esta autora realiza una diferenciación dependiendo del objeto discursivo: si el objeto discursivo hace referencia a ideas o pensamientos estamos ante una secuencia deliberativa; si, en cambio, nos referimos a un objeto del mundo físico, nos encontramos ante una descripción. La tipología secuencial del programa que analizamos puede variar según las secciones. En las tres primeras partes del programa (*comentario editorializante*), predominan las secuencias expositivo-deliberativas, es decir, el desarrollo de ideas por parte del presentador del programa. Estas secuencias se apoyan en otras narrativas que se subordinan a las primeras; nos referimos a la enumeración, por parte del copresentador, de hechos ocurridos, y que da pie a las opiniones del presentador. Por otro lado, las informaciones del estado del tiempo o de las carreteras forman secuencias expositivo-descriptivas. Pero, en definitiva, la tipología textual (o secuencial) dominante en la sección de comentario crítico es la expositiva deliberativa.

En la tertulia predomina igualmente la deliberación, ya que cada contertulio expone sus ideas acerca de los hechos narrados al principio del programa. Junto a esta, podemos encontrar alguna secuencia instruccional, sobre todo cuando el moderador ejerce su labor de organizar la tertulia, instando a algunos de los contertulios a que participe o a que ceda el turno.

20. Luis Herrero: De eso quiero discrepar

Moderador: A ver↑/ vamos con Paco/ y luego Luis/ y así discrepáis de los dos

LH: Muy bien

(Cope, 27-05-08)

También encontramos instrucción en secciones como “La receta”:

21. Colaborador: En ese momento apagamos el fuego/ echamos le resto de la mantequilla que nos han quedado aproximadamente cincuenta gramos/ y una puntita de queso parmesano rallado. Removemos con cuidado [...] (Es Radio, 22-11-10)

Las secuencias expositivas, ya sean deliberativas, ya sean descriptivas, serán las predominantes durante el resto del programa, ya que en las diferentes secciones se parte de un hecho de más o menos actualidad para exponer las ideas o conocimientos de expertos u

oyentes sobre dicho tema. Como ejemplo de secuencia expositivo- deliberativa citamos un caso en el que FJL y un colaborador están opinando sobre la censura franquista, concretamente, sobre una orden que obligaba a acortar determinadas prendas de uniformes oficiales:

22. César Vidal: A mí/ sinceramente↓/ lo del pantalón del Frente de Juventudes me parece un exageración/ pero bueno↓.

FJL: Sí no no// ya digo/ que era/ sobre todo/ ridículo

(Es Radio, 22-11-10)

Como ejemplo de secuencia expositiva descriptiva aportamos una descripción científica dentro de la sección dedicada a la medicina general:

23. FJL: Ahora los triglicéridos↓/// ¿qué son los triglicéridos?

Colaborador: Pues muy fácil↓/// la unión de ácidos grasos↓ / por ejemplo↑ cualquier ácido graso↓/ el propio enoico metanoico↓ [...]

(Es Radio, 22-11-10)

Como se muestra en la clasificación secuencial antes expuesta, toda secuencia puede poseer (o no) una dimensión argumentativa, es decir, puede tener la pretensión de influir en las ideas del oyente. En el caso de las secciones de *comentario editorializante*, la carga argumentativa aparece muy marcada, ya que el presentador intenta hacer llegar a la audiencia una serie de conclusiones que conecten con la línea ideológica del programa. Esta dimensión aparece, sobre todo, en las secuencias expositivo-deliberativas, pero contamina el resto del programa, ya que es una constante que el presentador aproveche cualquier sección para volver al tema político, conectándola con las anteriores a través del comentario argumentativo. Esta estrategia la encontramos en todas las partes del programa. Incluso en la narración de los hechos de actualidad que el co-presentador lleva a cabo a través de las enumeraciones de breves titulares podemos encontrar ciertos rasgos, eminentemente léxicos, destinados a persuadir al oyente:

24. CO-PRESENTADORA (titulares): Ayer se celebró por tercera vez una misa en el Valle de los Caídos/ comenzó con media hora de retraso debido al atasco en la carretera como consecuencia de los registros de los vehículos llevados a cabo por la Guardia Civil/ cerca del final del oficio un pequeño grupo desplegó una pancarta contra el PSOE/ acto que el sacerdote reprochó por no ser el momento ni el lugar// por otro lado el Foro por la Memoria se concentró el sábado en el Valle de los Caídos para pedir la voladura de la cruz y lanzar gritos como *a por ellos como en Paracuellos* (Es Radio, 22-11-10)

El hecho de actualidad al que se hace referencia es una concentración el 21 de Noviembre en conmemoración de la muerte de Franco en el Valle de Los Caídos, así como los hechos que allí sucedieron. Pero lejos de relatar esta noticia de manera concisa y objetiva, como todo titular exigiría, la intención argumentativa es clara: por un lado, atenuar la gravedad de los hechos cometidos por parte de los miembros del *endogrupo*, sector ideológicamente cercano a la derecha y, por tanto, a la línea del programa, que son los que celebraban el acto; y, por otro, subrayar la gravedad de los hechos acometidos por los miembros del *exogrupo*, es decir, un sector de la izquierda que intentó boicotear el acto.<sup>104</sup> Así, esta estrategia se basa en contrastar, a través del conector distributivo (*por otro lado*) los dos hechos protagonizados por sendos grupos. La atenuación de lo negativo por parte de los de derechas se consigue, en primer lugar, faltando al principio de relevancia, ya que se oculta una información primordial, es decir, el hecho de que se conmemora la muerte del dictador. El co-presentador solo habla de que van a celebrar una misa, por lo que no se responde a una de las seis “W” que toda noticia requeriría: “Why?”. Además, con respecto al grupo que se manifiesta contra el PSOE, se atenúa la importancia del hecho, ya que se habla de *un pequeño grupo*, cuya acción fue criticada por el cura, al que se le cita asignándole la expresión *no era el momento ni el lugar*. Por otro lado, la gravedad de lo llevado a cabo por el grupo de izquierdas se consigue refiriéndose de forma más general al protagonista de los insultos y las amenazas. Se dice que fueron llevadas a cabo por *el Foro de la Memoria*, no por algunos de ellos, y se utiliza un léxico incendiario (*voladura*), así como la reproducción de la cita con fin intensificador, no atenuativo, como en el caso de las palabras del cura.

---

<sup>104</sup> Tomamos los términos *endogrupo* y *exogrupo* de los “*ingroup*” / “*outgroup*” de T. Van Dijk (1996).

A) Poca gravedad de los hechos cometidos por el *endogrupo*:

- 1) Falta al principio de relevancia
- 2) Léxico: *pequeño grupo*
- 3) Cita (cura)

B) Gravedad de los hechos cometidos por el *exogrupo*:

- 1) Generalización del sujeto: *el Foro por la memoria*
- 2) Léxico: *voladura*
- 3) Cita: (gritos de algunos manifestantes)

Es más, incluso en las secuencias descriptivas del estado del tiempo o de las carreteras, cuya finalidad se basa primordialmente en el servicio público de informar, también encontramos esta dimensión argumentativa que las conecta con el tema político. En el siguiente ejemplo, mientras una periodista da la información meteorológica, se refiere a la ciudad de Madrid como la “zanja”, forma habitual en la que el presentador se dirige a la capital de España, para así criticar la política de obras públicas de su alcalde, Alberto Ruiz Gallardón:

5. Después de la calma ayer en la “zanja”/ hoy vuelve a estar como siempre/ con atascos con retenciones [...] (Es Radio, 02-11-10)

O como en el siguiente caso, donde el presentador parte de la información del tiempo para insultar a un ministro del Gobierno:

25. Si hay viento no hay niebla↓/ eso lo entiende hasta Rubalcaba↓/ que este fin de semana se ha revelado como lo que es/ una persona tan tan tan limitada/ tan alfabetizable→/// y de temperaturas bueno/ más o menos como la semana pasada [...] (Es Radio, 27-10-10)

26. La verdad es que ayer en San Sebastián↓/ de ahí las aperturas tan brillantes de los telediarios↓/ hubo olas de quince metros↓/ eso son olas/ y no la de corrupción en la policía de Rubalcaba↓/ que también son olas↓/ a veces galernas↓ (Es Radio, 10- 11- 10)

Tanto es así, que incluso el presentador bromea haciendo responsable del mal tiempo en Madrid a su alcalde, al que suele atacar de manera repetida:

27. Dentro del desastre de la villa y zanja/ en Madrid se produce un fenómeno chocante/ y es que a medida que avanza el día/ baja la temperatura// pero es que estábamos a nueve grados a las seis/ y estamos a seis grados a las siete↓/// ¿por qué↑?/ pues por Gallardón↓/ naturalmente↓ (Es Radio, 10-01-10)

La exposición de las propias ideas y el deseo de convencer a la audiencia es una constante en todo el programa, aun insertando digresiones en secciones donde en principio no son esperadas. Nos encontramos ante la falacia llamada por la retórica clásica *ignoratio elenchi*, es decir, aquella en la que el hablante cambia drásticamente de tema para defender una tesis, faltando así al principio de relevancia.

Por supuesto, la dimensión argumentativa estará presente en las secuencias deliberativas emitidas en la tertulia, donde cada tertuliano expone sus ideas sobre temas políticos de actualidad. A pesar de esto, la confrontación y el clima polémico no predominarán, debido a la cercanía en las posturas de la mayoría de los que participan en ella.

En las demás secciones, la intención de los participantes de transmitir ideas de manera convincente y de hacerlas llegar, sobre todo, a la audiencia, será una constante, pero estas estrategias se llevarán a cabo en un clima más distendido que en las partes anteriores de temática política. En la medida en que el tema de la sección se acerque más a asuntos relacionados con la política actual, la argumentación se hará más evidente, sobre todo por parte del presentador, que no puede dejar pasar ninguna ocasión para mostrar la línea ideológica del programa. En el siguiente caso, por ejemplo, nos encontramos ante una sección de servicio público llamada “Sobrevivir a la crisis”, donde se dan consejos a los oyentes acerca de cómo gestionar mejor su dinero. En un momento determinado, se trata el tema de la sentencia del Tribunal Europeo en contra de la ley del canon digital diseñada por el Gobierno socialista, lo que aprovecha el presentador para mostrarse crítico con este:

28. En estos momentos/ ahora se están cargando todas las sociedades/ entre otras cosas/ entre otros países/ España/ a través de una presión brutal sobre las clases medias↓/ porque la economía va muy mal y hay que sacar dinero para Elenita Salgado de donde sea↓ (Es Radio, 25-10-10)

En cuanto a la dimensión poética, es decir, a la reelaboración formal del mensaje con fin estético, podemos decir que es una cualidad constante del discurso del presentador. Debido en



parte a su formación como filólogo, en su discurso encontramos numerosas figuras pertenecientes a diferentes niveles (fonético, sintáctico, semántico), cuyo análisis exhaustivo posponemos. Sin embargo, consideramos oportuno aportar algún ejemplo:

- Plano sintáctico→ paralelismo:

29. Rubalcaba/ el gran mentiroso↓/ Rubalcaba/ el que ha mentido siempre↓/ Rubalcaba/ el que ha utilizado el terrorismo para asustar a las criaturas TONTAS del PP o para corromperlas↓/ Rubalcaba/ el tío que en un país normal→/ no solamente no estaría en la política↓/ sino que estaría/ quizás/ en régimen abierto↓/ pero porque en España hay mucho régimen abierto↓/ en otros países le costaría mucho que le abrieran la celda↓ (Es Radio, 29-10-10)

- Plano semántico→ símil:

30. Eres más falso que un euro de papel (Es Radio, 01-11-10)

- Plano fonético→ rima:

31. Al banquillo irás↑ / y no volverás↓ (Cope, 16-04-07)

Siempre que el presentador realiza estos ejercicios retóricos, lo hace con la finalidad de reforzar su opinión acerca de un tema o personaje político de actualidad. Es decir, las estrategias poéticas se ponen en marcha para intensificar el carácter persuasivo de su discurso.

Con respecto a las características enunciativas, el diálogo predomina en la sección de tertulias y en las posteriores, donde un experto en el tema (medicina, cine, libros, sucesos...) conversa con el presentador sobre un tema destacado. En la sección de *comentario editorializante*, sin embargo, el presentador se enfrenta en solitario a su audiencia, por lo que el carácter monologal de ese discurso es claro. El periodista expresa sus opiniones sobre temas de actualidad durante esas tres primeras secciones y, a diferencia de otros programas similares donde encontramos colaboradores puntuales que se añaden a la voz del presentador en forma de “carta abierta” o “el comentario del día”, Federico Jiménez Losantos es el único hablante que comenta la actualidad en estas tres primeras horas que anteceden a la tertulia.

Sin embargo, una de sus estrategias enunciativas para aportar un mayor dinamismo a su discurso y, en consecuencia, para que llegue de manera más fluida a su audiencia, es la de enriquecer el mismo con diferentes voces. El presentador, en ocasiones, puede citar en estilo directo las palabras de ciertas personas a las que se refiere. A partir de estas citas el hablante responde en segunda persona, y muestra su desacuerdo, dando lugar a verdaderas dramatizaciones de una estructura similar a la conversación. FJL, por tanto, recrea secuencias dialogales en las que periodista y políticos parecen conversar y alternar turnos.

32. *Me siento informado/ dijo en el País/ pero no sé si me cuenta todo/// entonces no te sientes↓// ni sientes ni padeces/ Mariano↓/// (Cope, 03-11-07)<sup>105</sup>*

También podemos encontrar secuencias monologales monológicas pero con ciertos casos de dialogismo, ya que el periodista hace referencia a un discurso anterior dirigiéndose al autor del mismo en segunda persona:

33. Tú/ Rubalcaba/ héroe del 11 M/ fuiste el que mentiste a toda España↓/ desvergonzadamente↓/ veinticuatro horas al día↓/// tú↓ (Cope, 11-04-07)

Estas secuencias poseen una estructura especial, y sus características se acercan, en cierta forma, a las del texto epistolar, donde encontramos fórmulas como “como me preguntabas en tu carta” o “para responder a tu pregunta”.<sup>106</sup>

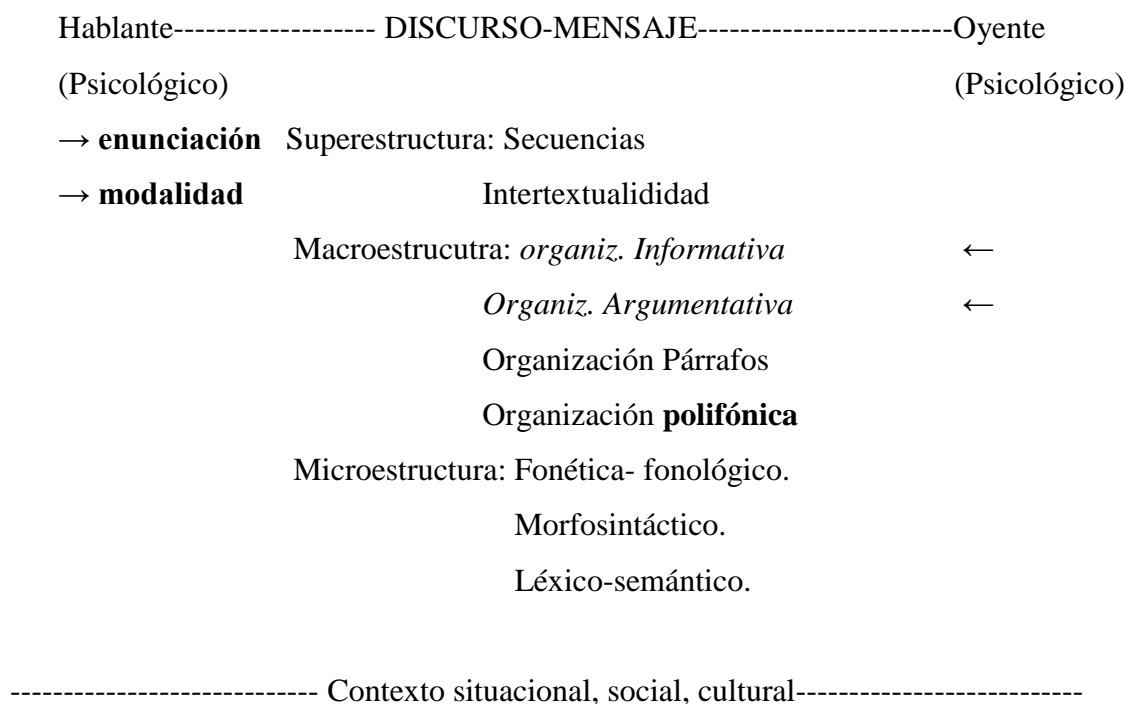
#### **4.2.4. Estructura interactiva**

C. Fuentes Rodríguez (2000) define el objeto lingüístico como un todo organizado jerárquicamente, donde cada módulo es independiente pero interactúa con los demás, y donde no podemos quedarnos con el mero análisis del código, sino con este en su contexto, lo que implica entorno y relación interpersonal:

---

<sup>105</sup> Siguiendo las normas de transcripción del Val.Es.Co., el discurso referido aparece en cursiva.

<sup>106</sup> Estructura que hoy día encontramos en los textos de correos electrónicos y, en menor medida, en los mensajes de móvil.



**Gráfico 22. Tomado de C. Fuentes Rodríguez (2000: 53)<sup>107</sup>**

Según este modelo, todo producto discursivo está condicionado por los componentes situacionales, así como por el hablante y el oyente. Con el material de la microestructura: fonética-fonología, morfosintaxis y léxico-semántica, se organiza el texto en párrafos, y se le da una determinada organización informativa y argumentativa, dependiendo de la intención del hablante y de qué cree que sabe el oyente. Así, micro y macroestructura están en relación, ya que cada estructura de la primera posee determinadas funciones (tópicas, argumentativas) en la segunda. Por último, la organización superestructural divide el texto en secuencias y lo pone en relación con otros textos (tipología textual).

A continuación analizaremos la especial relevancia de la figura del hablante y del oyente en nuestro corpus de textos. De la misma forma, será necesario un estudio de las características contextuales en que estos son emitidos.<sup>108</sup>

<sup>107</sup> C. Fuentes Rodríguez (2000) aclara en una nota a pie que “en cursiva aparece lo que está dirigido al oyente o surge de la adecuación hablante-oyente-discurso. En negrita, lo que surge de la manifestación del hablante en el discurso (53).

<sup>108</sup> Siguiendo el gráfico del esquema comunicativo arriba expuesto, el estudio secuencial lo realizamos en (4.2.3.), la intertextualidad y la relaciones con otros textos de la misma tipología la hemos tratado en un apartado dedicado a los géneros radiofónicos (3.4), y el análisis de las características correspondientes a la micro y macroestructura se desarrollará en el punto en que explicitemos las estrategias descortesés que el hablante utiliza para conseguir su objetivo argumentativo (5).

#### 4.2.4.1. La figura del hablante

En (4.2.2.) explicamos quién habla en cada sección del programa:

- Secciones de comentario crítico: FJL
- Secciones de información y servicio (estado de las carreteras, información meteorológica, deportes, bolsa): Co-presentadores
- Tertulia: moderador (FJL) y contertulios
- Otras secciones de entretenimiento: FJL y colaboradores
- La opinión de los oyentes: oyentes.

A pesar de que en los textos analizados encontramos que hay varias personas que toman la palabra, la voz que adquiere mayor importancia tanto cuantitativa como cualitativamente en el discurso es la del director y presentador del programa, Federico Jiménez Losantos. A partir de la sección de la tertulia, la voz de otros colaboradores se va haciendo más importante, y más aún cuando el tema se aleja de lo estrictamente político. Nos referimos aquí a los contertulios y a otros colaboradores fijos y especialistas en temas concretos, como la medicina, los sucesos o la crónica rosa. Otras voces que aparecen como emisores son los periodistas que se limitan a narrar las noticias o el estado del tiempo o las carreteras. En la mayoría de las ocasiones estos co-presentadores no son responsables del contenido proposicional de lo dicho, ya que las informaciones que relatan provienen de los periódicos del día o de las agencias de información. Nos encontraríamos aquí, siguiendo a O. Ducrot (1986) ante locutores de dicho enunciado, sujetos gramaticales de los mismos. No podemos considerarlos, por tanto, enunciadores, responsables últimos de lo dicho. En casos como los que citamos anteriormente, en los que, al relatar un titular de una noticia, encontremos una clara intención argumentativa, podremos decir que el enunciador sería el redactor del programa o el programa mismo, al igual que sucede con el periódico en la sección del editorial. Por último, los oyentes también se convierten en hablantes en las secciones en las que se les cede la palabra. Estos aprovechan para opinar sobre los temas de actualidad o sobre el programa. En la inmensa mayoría de las ocasiones, las opiniones vertidas están en consonancia con la línea ideológica defendida por su director.

Volviendo al hablante principal, FJL, su voz es la predominante en las secciones en las que vamos a centrar nuestro estudio, es decir, en las secciones de *comentario editorializante*

de tema político. Pero, como ya indicamos, para asignar a su discurso un carácter más dinámico y coloquial, este puede recrear en ocasiones una serie de dramatizaciones o citas en las que aparecen otras voces en el discurso:

34. Aclárese/ Don Mariano↓/// si usted quiere jugar a Gallardón// y decir *lo que diga el ABC y lo que diga Polanco*↑/ *en los trenes estalló Goma Dos Eco/ y vale ya*↓// pues dígalos/ y así quedará tan en ridículo como el infausto Alcalde de Madrid↓ (Cope, 11-04-07)

A través de esta estrategia, así como mediante las alusiones directas al personaje del que habla, el hablante tiñe su discurso de un marcado carácter coloquial del que se vale para acercarse afiliativamente a sus oyentes, y poder así inculcarles de manera más efectiva sus opiniones:

En estos enunciados dramatizados el hablante, por tanto, se desdobra de la siguiente forma:

A) Enunciado (1): “Aclárese/ D. Mariano [...]”

- Locutor: FJL

- Enunciador: FJL

B) Enunciado (2)- Cita: *lo que diga el ABC y lo que diga Polanco: en los trenes estalló Goma Dos Eco y “vale ya”*

- Locutor: Mariano Rajoy

- Enunciador: Mariano Rajoy

Bien es cierto que el enunciador puede ser un personaje real o, como en este caso, proyectarse una imagen ridícula de este a través de la emisión paródica o exagerada de sus declaraciones. En este sentido, G. Reyes (1995) menciona que el estilo directo no siempre supone una reproducción literal del discurso de otro. En la conversación, por ejemplo, el estilo directo crea con frecuencia enunciados imaginarios, posibles o hipotéticos, del tipo:

35. Al que te pregunte algo tú le dices: “Perdone, yo he venido a ver a un socio”<sup>109</sup>

<sup>109</sup> Ejemplo tomado de G. Reyes (1995, 25).

Por tanto, en vez de decir que el estilo directo reproduce literalmente otro discurso, esta autora prefiere indicar que recrea otro discurso que ha podido emitirse a realidad, uno inventado o incluso deseado por el hablante (Ibid. 25)

En estos casos tenemos que una única persona, FJL, realiza la actividad psicofísica de emitir el discurso. Estamos ante lo que O. Ducrot (1986) denomina *sujeto empírico*. Este sujeto origina un texto en el que se recrea una supuesta conversación en la que se intercalan intervenciones protagonizadas por dos locutores distintos- recordemos que el estilo directo permite que ambas aparezcan en primera persona-, que son el político o persona de la que se habla, por una parte, y el propio periodista, por otra. Estamos, por tanto, ante la recreación de un discurso dialogal. Lo mismo que un autor crea una obra de teatro con diferentes personajes, nuestro hablante origina, desde la oralidad, una supuesta conversación entre él y alguno de sus contrincantes ideológicos. Por supuesto, este diálogo no es real, nunca se ha producido, ya que el periodista controla y manipula tanto el contenido de las intervenciones como el orden y estructura de esta “pseudoconversación”. Este tipo de procedimiento es muy usual en el registro coloquial. G. Reyes (1993) comenta que “las convenciones de la conversación permiten construir, inventar en ED incluso diálogos que jamás tuvieron lugar” (26) La novedad del periodista radica en utilizar estrategias propias de lo coloquial en textos periodísticos. Estos diálogos recreados poseen una elevada rentabilidad persuasiva, ya que, a través de la manipulación enunciativa, se controla su voz y la de la de sus adversarios, de manera que es fácil mostrarlos frágiles, ridículos o equivocados. Igualmente, el texto adquiere un carácter dinámico que lo vuelve ameno y cercano, de manera que resulte más llamativo para el oyente.

En otras ocasiones, el presentador podrá referirse a las declaraciones de otro a través del estilo indirecto. En estos casos encontramos que el locutor es el propio periodista, aunque el responsable último de tales declaraciones es la persona a la que se está refiriendo, que ocuparía, esta vez, el papel de enunciador:

36. Esta que dice que es aragonesa consorte (Es Radio, 17-12-10)

Por último, podemos citar un caso más de desdoblamiento entre locutor y enunciador: nos referimos a los enunciados irónicos. En (5) analizaremos con exhaustividad esta estrategia, aunque ya adelantamos aquí que en estos casos el hablante (locutor) se desdobra, y

hace responsable de su discurso a un enunciador absurdo o ingenuo, que cree a pies juntillas ciertas ideas defendidas desde el grupo ideológico contrario, con la finalidad, eso sí, de mostrar lo ridículo de estas.

En definitiva, podemos analizar la figura del hablante dentro de nuestro corpus de ejemplos a través del siguiente gráfico:

<b>SUJETO EMPÍRICO</b>	<b>LOCUTOR</b>	<b>ENUNCIADOR</b>	
FJL	FJL	FJL	
		Personaje (tema discursivo)- EI	
		Absurdo/ingenuo (ironía)	
	Personaje (tema discursivo)	Real	
		Parodiado	
Colaboradores	Colaboradores	Colaboradores	
Co-presentadores	Co- presentadores	Agencias de información/ Programa	
		Oyentes	Correos electrónicos
	Mensajes de móvil		
Oyentes	Oyentes	Llamadas en directo	
		Mensajes de voz	

**Gráfico 23. Figura del hablante en *La Mañana de Federico***

En definitiva, el hablante principal, Federico Jiménez Losantos, puede desdoblarse en ocasiones y emitir enunciados cuyo responsable y sujeto gramatical sea el personaje del que está hablando, es decir, su objeto discursivo. A veces este no es un enunciador real de ese discurso, ya que debido a que sus palabras aparecen exageradas o parodiadas el responsable real sería una imagen deformada y ridícula de este personaje. Por otro lado, podemos encontrar que una serie de co-presentadores toman puntualmente la palabra para relatar noticias o presentar el estado el tiempo, las carreteras o la bolsa. En la mayoría de las ocasiones se limitan a reproducir informaciones que envían agencias de información general,

por lo que estas aparecerían como los enunciadores del discurso. En otras ocasiones aparecen insertadas dentro de esta información algunas referencias léxicas con cierta carga argumentativa. Lo repetitivo de estas expresiones y la escasa espontaneidad de las enunciaciones nos hacen pensar que vienen dadas dentro de un guion previo, por lo que pueden responsabilizarse a la línea editorial del programa. Por el contrario, los colaboradores, ya sea contertulios o especialistas, sí aparecen como hablantes responsables de sus expresiones e ideas, aunque cabe decir que, al menos en lo referente a temas políticos, no distan demasiado de la línea marcada por el programa. Por último, en la sección dedicada a los oyentes, estos adquieren voz y se convierten en hablantes. Estos pueden emitir sus mensajes personalmente a través de llamadas en directo o grabadas en el contestador. Pero también pueden hacerlo de manera mediada a través de mensajes de móvil o correos electrónicos. En estos dos últimos casos es un co-presentador el que lee dichos mensajes, por lo que actúa como sujeto empírico de los mismos.

#### 4.2.4.2. Figura del oyente

En cuanto a la figura del oyente, al encontrarnos ante un texto radiofónico, queda claro que los miembros de su audiencia son sus receptores principales, aquellos a los que se dirige el presentador, y a los que intenta convencer con sus planteamientos y unirse a ellos mediante la cercanía de sus ideas.<sup>110</sup>

Los oyentes condicionan en gran medida el diseño y la ejecución de los programas de una cadena. Estos son la razón de ser del mensaje radiofónico, y deben estar presentes en la mente de todas las personas que diseñan un programa de radio, desde el empresario hasta el presentador. El discurso radiofónico tiene su razón de ser, por tanto, en que este posea cierta relevancia social.

En el caso de FJL, el periodista logró subir la audiencia del programa de 900.000 espectadores a 1.600.000 (Julio de 2009), y ha creado un vínculo con un sector de la sociedad de ideología más conservadora, cansado de la política del Gobierno Socialista, pero harto también de la, según el periodista, poca agresividad y contundencia por parte del principal partido de la oposición, el Partido Popular. Esta identificación con el periodista se ve reflejada en las llamadas, correos o mensajes que los oyentes dejan en el programa, y que muestran su

---

<sup>110</sup> A. Huertas Bailén y J. J. Perona Páez (1999: 26-27) distinguen tres tipos de audiencia: público en general, público específico y público abonado.



total adhesión a las opiniones del presentador, al que ven como un mártir rebelde e independiente al que todos los demás sectores de la sociedad (periodístico, jurídico, político, social...) pretenden desprestigiar.

Utilizaremos, en principio, el ya clásico esquema de C. Kerbrat-Orecchioni (1986) sobre el oyente. Este divide esta figura en tres:

- Alocutario: según esta autora es el destinatario propiamente dicho, y “se define por el hecho de que es explícitamente considerado por el emisor L (lo que atestigua el empleo del pronombre de segunda persona y/o la dirección de la mirada” (Ibid. 32).
- Destinatarios indirectos: son “testigos del intercambio verbal e influyen a veces de manera decisiva” (Ibid. 33).
- Receptores adicionales: es un destinatario aleatorio “cuya naturaleza el emisor no podrá prevenir” (Ibid. 33), por lo que siempre conforma una figura no esperada por este.

Según esta clasificación, en las secciones dialogales del programa los alocutarios serían aquellos contertulios o colaboradores a los que el hablante se dirige directamente. Los destinatarios indirectos se corresponderían con los oyentes y otras personas presentes en el estudio (técnicos, co-presentadores...), y los receptores adicionales con aquellas personas que puedan hacerse eco de lo que se dice en el programa a través de terceras personas o de otros medios que reproduzcan algo de lo que en el programa se ha dicho.<sup>111</sup>

Texto dialogal (tertulias, otras secciones):

- Alocutarios: otros contertulios
- Destinatarios indirectos: audiencia y otros oyentes presentes
- Receptores adicionales: otros oyentes que se hacen eco de lo dicho en el programa de manera indirecta a través de otros medios, o por terceras personas.

El problema radica en que en los casos en los que el contertulio o colaborador se dirige directamente a otra persona presente mediante la segunda persona, no creemos que sea muy preciso nominar a la audiencia con el término de destinatario indirecto. La finalidad última de cada hablante en estos casos no es convencer a los demás contertulios, sino hacer llegar de manera convincente sus ideas a los oyentes del programa. Estos, por tanto, distan mucho de

---

<sup>111</sup> Debido a su carácter polémico, muchos otros medios, sobre todo la televisión, y en horario de máxima audiencia, reproducen y comentan parte de lo que se dice en el programa de FJL. Esto hace que muchas personas que, en principio, no forman parte de la audiencia habitual se conviertan en receptores adicionales de lo que allí se dice.

ser destinatarios indirectos, ya que son los principales receptores del discurso pronunciado. Por este motivo, consideramos más rentable la clasificación del oyente que realiza E. Goffman (1981):

**Oyente:**

- + Receptor oficial
- Señalado
- No señalado
- + Receptor no oficial
- Testigos
- Fisgones

E. Goffman (1981) divide esta figura entre receptor oficial y no oficial. El oficial sería aquel esperado por el hablante, y se divide, a su vez, en señalado (*addressed*) y no señalado (*unaddressed*), aquel que es esperado u oficial pero no se señala explícitamente. Los oyentes no oficiales son aquellos que el hablante no espera que reciban su discurso. Estos se dividen en aquellos que escuchan por casualidad o testigos (*bystander*), o los que lo hacen de manera intencionada o “fisgones” (*eavesdropper*). Así, según esta clasificación, tanto la audiencia como los demás colaboradores serían considerados receptores oficiales, esperados. Dentro de estos, los oyentes serían receptores no señalados, y los participantes en el programa ocuparían el papel de oyentes señalados gramaticalmente a través de la segunda persona por parte del invitado (o presentador) que ocupa el turno de habla. Todas aquellas personas que se hacen eco de lo que se dice en el programa sin formar parte de la audiencia habitual serían los oyentes no oficiales, que pueden haber escuchado dicho discurso de manera voluntaria o sin intención.

Pasando a las secciones monologales del programa, es decir, las de comentario crítico, el oyente sería el único receptor oficial al que se dirige el hablante. En ocasiones el periodista se dirige directamente a su audiencia, por lo que sus oyentes ocuparían el papel de receptores oficiales señalados:

37. Que sí/ sí/ ya sé que se siente mal/ un poco de fiebre/ *no sé si he cogido algo de frío*↓// sí/ habrán cogido frío/ pero se tienen que levantar igual↓(Es Radio, 02-11-10)<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> El hablante suele dirigirse a sus oyentes a través de la fórmula de tratamiento formal de segunda persona (usted/es), que exige la desinencia verbal de distanciamiento, normalmente seleccionada para referirse a la tercera persona.

En caso de que el hablante no se dirija directamente a su audiencia nos encontraríamos que sus oyentes serían receptores oficiales no señalados.

Pero, desde un punto de vista enunciativo, el discurso puede resultar más complejo en las ocasiones en las que el hablante se dirige directamente al político en segunda persona, dando como resultado, como en el caso en el que se dirige al oyente, textos monologales monológicos pero con ciertos rasgos dialógicos. El discurso resultante posee una estructura enunciativa similar al texto epistolar:

33. Tú/ Rubalcaba/ héroe del 11 M/ fuiste el que mentiste a toda España↓/  
desvergonzadamente↓/ veinticuatro horas al día↓/// tú↓ (Cope, 11-04-07)

En estos casos el hablante se dirige gramaticalmente al político o persona de la que habla, por lo que, según la clasificación de C. Kerbrat-Orecchioni, este pasaría a ser alocutario, receptor gramatical, y el oyente sería, por tanto, el destinatario indirecto. A pesar de que el hablante se dirige gramaticalmente a su objeto discursivo, su principal destinatario, es decir, aquel al que quiere llegar, es su audiencia. Por ello, nos parece aun menos acertado nombrarla con el término de *destinatario indirecto*. Sus oyentes son, sin duda, los principales y más directos destinatarios de su discurso. En estos casos de textos monologales con cierto grado de dialogía nos parece más rentable acercarnos de nuevo a la clasificación del oyente que realiza E. Goffman. Aquí los oyentes oficiales o esperados serían tanto el político al que se refiere (objeto discursivo) como sus oyentes. El primero sería oficial señalado (*addressed*), ya que el hablante se refiere a él mediante un proceso deíctico en segunda persona. La audiencia, por tanto, conformaría la figura del oyente oficial, esperado, aunque no señalado mediante ninguna marca gramatical. Entre los oyentes no oficiales tendríamos a aquellos que escuchan el programa pero sin ser tenidos en cuenta por el hablante, es decir, su audiencia no habitual, que recibe su discurso de manera voluntaria o sin intención de hacerlo.

Algo similar sucedería en los textos en los que se recrea un diálogo con el político, es decir, en aquellos casos en los que el hablante reproduce otras voces recreando en su discurso una dramatización o “pseudo-conversación”. Aquí el presentador también se dirige en segunda persona a los políticos de los que habla, es decir, hacia su objeto discursivo.

Por tanto, según el texto sea dialogal o monologal, el análisis de la figura del oyente será distinto, según la clasificación de E. Goffman:

	TEXTO DIALOGAL	TEXTO MONOLOGAL	
+ OFICIAL		Monológico	Monológico ( con ciertos rasgos de dialogía)
- Marcado <sup>113</sup>	<i>Presentador/ contertulios/ colaboradores/tema discursivo/oyentes</i> <sup>114</sup>		<i>Objeto discursivo/ oyentes</i> <sup>115</sup>
- No marcado	<i>Oyentes</i>	<i>Oyentes</i>	<i>Oyentes</i>
+ NO OFICIAL	AUDIENCIA NO ESPERADA		
- Sin intención			
- Con intención			

**Gráfico 24. Figura del receptor en el discurso de La mañana de Federico (según la clasificación de E. Goffman: 1981).**

A pesar de la mayor complejidad del esquema de E. Goffman, aun seguimos advirtiendo que su aplicación no se ajusta adecuadamente a nuestros ejemplos discursivos, sobre todo a aquellos en los que se recrea un supuesto diálogo con ciertos personajes, y en los que el hablante se dirige directamente a ellos. En estos enunciados colocaríamos en el mismo nivel al receptor objeto discursivo (receptor oficial marcado por la segunda persona) y al oyente (receptor oficial no marcado). Sin embargo, creemos que, a pesar de que el hablante se dirige gramaticalmente a la persona a la que critica, esta posee un estatus inferior como oyente con respecto a su audiencia. El hecho dirigirse directamente a un político o personaje público no es más que una estrategia discursiva destinada a dinamizar su discurso y a hacerlo más cercano con respecto a sus destinatarios principales, sus oyentes. El hablante se dirige a este personaje no más allá del marco discursivo. Por tanto, y debido a la complejidad enunciativa de estos, diferenciaremos los términos de alocutario (receptor marcado

<sup>113</sup> Al definir E. Goffman (1981) el término *addressed* como aquel oyente señalado en el discurso, nosotros lo hemos traducido como *marcado*.

<sup>114</sup> La figura del político (objeto discursivo) y el oyente ejercerán el papel de receptor marcado en los casos en los que se recrea un diálogo entre estos y el periodista.

<sup>115</sup> Reservamos este caso para las veces en las que el presentador marca gramaticalmente la figura del oyente refiriéndose a él en segunda persona.

gramaticalmente por la segunda persona), por una parte, y destinatario directo (su audiencia), por otra. En definitiva, proponemos una propuesta de análisis de la figura del oyente en el tipo de discurso que estamos estudiando que toma conceptos de C. Kerbrat-Orecchioni (1986), E. Goffmann (1981) y C. Fuentes Rodríguez (2000), así como otras divisiones de propia creación. La complejidad de nuestro discurso hace que debamos diseñar una nueva tipología, ya que las ya existentes resultan insuficientes para plasmar el carácter heterogéneo de la figura del oyente en el mismo. Recordemos que estamos ante un discurso mediático y mediado, cuya complejidad recae en su carácter “multidireccional”, es decir, que tenemos que tener en cuenta no solo la figura de su interlocutor presente, sino del no presente, su audiencia. Por otra parte, la riqueza estilística del discurso de FJL le permite crear “juegos enunciativos” gracias a los cuales aparecen en el discurso desdoblamiento continuo de la figura del hablante y del oyente. El resultado es un discurso dinámico, rico en matices enunciativos y argumentativos. Esta complejidad la agradece el oyente, a la vez que supone un bonito reto para el investigador.

		DIÁLOGAL		MONOLOGAL	
		Diálogo real	Diálogo recreado (dramatizaciones)	Monológico	Monológico (con cierto grado de dialogismo)
<b>ALOCUTARIO</b>		<i>Interlocutores (presentador y contertulios)</i>	<i>Interlocutores (personaje, oyente)</i>		<i>Oyente/personaje</i>
<b>DESTINATARIO DIRECTO</b>		<i>oyentes</i>		<i>Oyentes</i>	
<b>DESTINATARIO INDIRECTO (previsto por el hablante)</b>	Con intención del oyente	Directo	<i>Audiencia no habitual</i>		
			<i>Personaje</i>		
		Mediado	<i>Personaje (a través de un agente de prensa)</i>		
	Sin intención del oyente	<i>Personaje que escucha de manera ocasional</i>			
<b>RECEPTOR ADICIONAL (no previsto por el hablante)</b>		<i>Oyente ocasional</i>			

Gráfico 25. Análisis de la figura del oyente en el discurso de “La Mañana de Federico”.

Diferenciaremos, en primer lugar, el diálogo (ya sea real o recreado) del monólogo (predominante en la parte de comentario). Dentro del discurso monologal de comentario encontraremos secuencias con cierto grado de dialogismo si el hablante se dirige a alguien directamente a través de la segunda persona.<sup>116</sup>

Dentro del texto dialogal el papel de alocutario lo ocuparían el presentador y los contertulios o colaboradores, que se dirigen intervenciones alternativamente a lo largo de la interacción. Estos también serían los destinatarios directos, pero no debemos olvidar que el objetivo último de los hablantes en radio es la de convencer y entretener a los oyentes, por lo que estos también ocuparían dicha categoría.

38. PJR: [Bien]/// Federico/ tú sabes que yo siempre he sido muy refractario a todo tipo de manifestaciones/ y desde luego/ la víspera/// el mismo día en el que iba a tener lugar/ el diario El Mundo/ absolutamente criticó la iniciativa/// el acoso a las sedes de los partidos/ [si no es...]/// bien

FJL:[ No compares/ Pedro ↓]/// o sea no compares a unos tíos que salen a defender a María San Gil de las fechorías que le está haciendo el partido/ con del asalto teledirigido por la Ser a todas las sedes del PP en toda España↓/// hombre↑/ por favor↑ (Cope, 27-05-08)

Dentro del discurso monologal, lo más usual en el género radiofónico de comentario político es hablar de temas o personas refiriéndose a ellas en tercera persona. En estos casos no se marca gramaticalmente a nadie mediante la segunda persona, por lo que no tendríamos alocutario alguno, mientras que el destinatario directo sería, como en todos los demás casos, el oyente, su audiencia.

39. Mientras tanto Mariano Rajoy ha consumado su traición a las víctimas del terrorismo (Es Radio, 03-11-07)

Dentro del discurso monologal monológico, en los que se marca a su alocutario mediante la segunda persona, el presentador puede optar por dirigirse directamente al oyente,

---

<sup>116</sup> Este tipo de discurso en el que el hablante se dirige a una segunda persona está muy ligado a otros como los epistolares, los correos electrónicos o los mensajes de móvil. Como afirma C. Fuentes Rodríguez (2000) este tipo de textos “es monologal y monológico, pero, sin embargo, hace presente al interlocutor de manera más marcada que cualquier otro. Pero podríamos encontrar casos de dialogismo o de diafonía cuando aparecen fórmulas como: *como decías en tu carta, como me pedías en tu carta, respondiendo a tu pregunta...*” (167) (Las cursivas están en el original).

para acercarlo discursiva y emocionalmente hacia él, lo que supone un recurso de una gran rentabilidad argumentativa:

40. ¿Recuerdan cuando Mariano encabezaba una manifestación/ o aparecía en el escenario entre María San Gil y Ortega Lara↑?/// Pues recuérdalo↓/// y luego/ si no les da asco/ vótenlo↓ (Es Radio, 03-11-07)

Pero también puede optar el presentador por señalar en segunda persona al personaje al que está criticando, creando una especie de carta abierta<sup>117</sup> dirigida directamente a él. Como ya indicamos, el destinatario directo y principal sigue siendo su audiencia:

41. Y usted/ D. Mariano/ decídase↓/ para variar/ decídase↓ [...] Aclárese/ D. Mariano↓ (Cope, 11-04-07)

Nos referiremos ahora a los casos en los que el hablante se desdobra para reproducir otras voces en el discurso (diálogos recreados), creando así una serie de dramatizaciones en la que participarían, o bien presentador- oyente, o bien presentador- personaje. Aquí el papel de alocutario lo ocuparía o bien el oyente, o bien el personaje al que se dirige el presentador en cada momento, justo antes de reproducir la voz del otro. En el primer ejemplo que aportamos se dirige a los oyentes, en el segundo a un personaje de la actualidad política:

42. Todo lo que han contado es MENTIRA↓/// dirán ustedes→// hombre↑/ algo de verdad habrá↑/// ahí lo único verdadero son los doscientos muertos y los heridos↓/// todo lo demás es MENTIRA↓ (Cope, 23-04-07)

43. *Que vamos a desclasificar los papeles del 11 M*↓/// anda yaaaa→/ Esteban↓/// quien no te conozca que te compre↓ (Es Radio, 02-11-10)

De nuestro análisis se deduce que la figura del alocutario posee una enorme complejidad, y esto es debido a la enorme riqueza discursiva del locutor, que va cambiando su receptor gramatical según sus intereses estilísticos y argumentativos. Puede optar por dirigirse

---

<sup>117</sup> El género de la carta abierta proviene de la prensa escrita, y es utilizado en radio en programas de opinión. Es el caso, por ejemplo, de la sección homónima del programa *Hoy por hoy* (cadena Ser), donde el periodista Luis de Val envía misivas orales a diferentes políticos y personajes de actualidad.



al oyente, al personaje objeto de su crítica o bien expresar su opinión de una manera más convencional a través de la tercera persona. Sin embargo, la figura del destinatario directo siempre coincide con el oyente, ya que este es siempre su principal receptor, el objetivo final de su discurso y al que desea entretener y convencer en cierta medida.

Las otras dos categorías en las que el oyente puede dividirse son el destinatario indirecto y el receptor adicional. Ambos hacen referencia a oyentes a los que no se dirige directamente el hablante por no formar parte de su audiencia habitual pero que, por determinadas circunstancias, pueden llegar a recibir su mensaje. La diferencia entre ambos radica en el hecho de que el presentador de un programa de un medio de comunicación sabe que su discurso puede llegar a una serie de oyentes que no son los que, por perfil ideológico o social, le corresponderían al mismo. Estos serían los destinatarios indirectos. Pero, por otra parte, y debido a la “multidireccionalidad” propia del medio, siempre habrá oyentes que de manera ocasional, por equivocarse de dial, o por entrar en un taxi donde el conductor tenga puesta la emisora, lleguen a escuchar su discurso. Con respecto al destinatario indirecto, nos valemos de la clasificación de E. Goffman (1981) entre testigos (“*bystander*”) y fisgones (“*eavesdropper*”), donde los primeros no tendrían intencionalidad de acercarse a ese discurso no habitual para ellos, y los segundos lo harían de manera voluntaria. Dentro de los fisgones tenemos los casos en los que estos se acercan directamente al discurso, ya sean oyentes, ya sean políticos interesados en saber qué se va decir de ellos tras una actuación de relevancia social: una sentencia a favor o en contra, una decisión política. Sin embargo, estos últimos suelen optar por acercarse al discurso de manera mediada, a través de agentes de comunicación que les transcriben las diferentes declaraciones en radio, prensa o televisión en las que se ha hablado de ellos. Con respecto a los oyentes no habituales que escuchan el programa sin intención, podemos citar a personas que escuchan el programa por circunstancias no buscadas, por ejemplo, por ir cambiando el dial y escuchar ciertas declaraciones llamativas, o por subirse al coche y escuchar la cadena de radio que su padre o su hermano suelen tener sintonizada.

En definitiva, podemos comprobar que, a medida que se multiplican las voces en el discurso, no solo se vuelve más compleja la figura del hablante, ampliamente estudiada con anterioridad, sino que el oyente adquiere igualmente múltiples identidades y roles que deben ser tenidos en cuenta. Esta complejidad en la figura del receptor debe ser analizada con la misma exhaustividad y rigidez que la que se produce en la figura del emisor, si es que

queremos alcanzar una interpretación lo más plena y satisfactoria posible de un discurso concreto. Como afirma X. Padilla (2004b), el receptor en la mayoría de los textos “puede ser descrito como el director de la *orquesta conversacional*, y no como un mero espectador o receptor” (228).

#### 4.2.4.3. Contexto

El término *contexto* se ha utilizado para referirse al entorno verbal de un texto concreto, pero también para señalar a la situación social que rodea al hecho comunicativo. Nosotros utilizaremos esta palabra en esta segunda acepción, y para la primera, para señalar lo puramente verbal que rodea al segmento que estudiamos, usaremos el término *cotexto*.

De todo el entorno de la comunicación el contexto debe recoger los elementos esencialmente relevantes que influyan tanto en el hablante y en su producción, como en el oyente y en su recepción. Es decir, habrá, por un lado, una serie de elementos del entorno comunicativo que no influyan en el hablante/ oyente y que, por tanto, no serían relevantes desde un punto de vista interpretativo. En nuestro caso, por ejemplo, el hecho de que haga más o menos frío en el estudio donde se producen las emisiones del programa de radio no nos servirá para analizar más exhaustivamente la mayor o menor descortesía de lo que se dice<sup>118</sup>. Lo mismo sucedería, por ejemplo, con circunstancias como la altura física de los oyentes o el color de los muebles del programa. No así con la disposición del mobiliario dentro del estudio, ya que, por ejemplo, en la tertulia, sería pertinente saber si los tertulianos se encuentran frente a frente, si el moderador está en el centro, si se dividen por grupos ideológicos, etc. Así, estos son factores que influyen en la emisión/ recepción del discurso y que son relevantes, por tanto, a la hora de afrontar el texto. Por ello, creemos que el enfoque de T. Van Dijk (2009) es muy interesante a la hora de señalar qué es el contexto. Para este autor los factores contextuales no son objetivos sino subjetivos. Es decir, hablante y oyente seleccionan un paquete de los elementos sociales que les son subjetivamente relevantes, y estos son los que influyen en la comunicación. Esto es totalmente compatible con la idea de relevancia de la hablábamos más arriba, ya que si algo es relevante es porque lo es para alguien. Por tanto, T. Van Dijk (2009) define contexto como “lo que es relevante en una

---

<sup>118</sup> A no ser que aparezca un enunciado muy concreto afectado por esta circunstancia, por ejemplo, que el presentador inste con malas formas a que un colaborador suba la calefacción.

situación social por los propios participantes” (5).<sup>119</sup> Por ejemplo, el origen aragonés del protagonista solo será relevante si esta circunstancia condiciona cognitivamente el comportamiento lingüístico del hablante o del oyente. Es decir, para que una determinada circunstancia, social, cultural o física que rodee al acto comunicativo llegue a formar parte del contexto, esta debe haber sido recogida mentalmente por los participantes, y debe influir en su comportamiento lingüístico, ya sea a la hora de emitirlo, ya a la hora de interpretarlo.

A esta clarificadora definición de T. Van Dijk podríamos añadirle algo. Este tiene en cuenta aquello que es relevante para las figuras del hablante y oyente, pero, en mi opinión, en determinadas comunicaciones también debemos prestar atención a lo que rodea a la persona de la que se habla, si es que el objeto discursivo es humano. Decimos esto porque en determinados discursos, sobre todo en aquellos “multidireccionales” como los emitidos en medios de comunicación de masas, se ponen en juego opiniones o juicios acerca de otras personas (referentes) que terminan siendo destinatarios indirectos de los mismos, y que los interpretarán de acuerdo con la selección subjetiva que hagan de determinados elementos situacionales. En nuestro caso, por ejemplo, un político al que se critique o se insulte puede hacerse eco posteriormente de esas declaraciones, y las interpretará, en ocasiones “de manera descontextualizada”, o más bien adaptando ese discurso a su propia situación subjetiva, es decir a su propio contexto. Como veremos al analizar el efecto descortés de estrategias concretas, este será uno de los factores relevantes a la hora de analizar la descortesía de este tipo de textos. La norma (más o menos violenta) creada entre locutor y oyentes en el contexto de las ondas puede no ser tenida en cuenta por la figura pública que se ve criticada duramente, y que interpreta estas críticas *a posteriori*, a veces incluso sin escucharlas directamente, partiendo de una norma externa a la del programa.

Los factores contextuales que deben ser tenidos en cuenta son, por tanto, los siguientes:

- Entorno socio-cultural
- Cuadro o escena, donde tendríamos el tiempo, el espacio y las características y propiedades físicas del lugar que rodea al acto comunicativo y que puede influir en él.
- La actividad social que se está llevando a cabo, con sus normas y reglas.
- Los participantes: habilidades, motivación, objetivos, personalidad, apariencia, roles sociales

---

<sup>119</sup> Traducción del original: “a context is what is defined to be relevant in the social situation by the participants themselves.” (T. Van Dijk, 2009: 5).

El entorno sociocultural hace referencia a las costumbres, creencias, normas y valores de una sociedad o cultura. D. Bravo (1999a) comenta que la sociedad española se define por cierto deseo de proyectar una imagen de independencia y originalidad, lo que supone la aparición frecuente de actividades destinadas a potenciar la cortesía positiva. Del mismo modo, aprecia cierta tendencia a la confianza entre los españoles, rasgo que facilita la tolerancia a la expresión de la propia opinión, aunque esta suponga cierto desacuerdo con la del interlocutor. (D. Bravo, 1999a: 26).

Por otro lado, el tiempo en el que se desarrolla el discurso es fijo, debido a que nos encontramos ante un discurso más rígido, propio del medio radiofónico. El programa se emite de seis a doce de la mañana, y el hablante debe ceñirse a ese horario, así como al tiempo que duren las diferentes secciones. La concisión y brevedad de los titulares y opiniones, la aceleración con la que en ocasiones se debe terminar un razonamiento o el respeto de la equidad de tiempo para los tertulios son factores que deben ser tenidos en cuenta en el análisis.

Con respecto al espacio, debemos señalar que no nos encontramos ante una comunicación cara a cara entre emisor y receptor. Esta distancia física propia del medio radiofónico debe ser suplida por estrategias que acerquen afectivamente al oyente hacia el locutor o presentador.

Con respecto a la actividad social que se está llevando a cabo, esta tiene mucho que ver con el medio y el género ante el que nos encontramos. Debemos analizar las características de una emisión matutina de un programa radiofónico, concretamente un magacín, donde nos centraremos en las secciones de comentario de tema político. Como ya indicamos en (3.4.), donde describimos el medio y el género objetos de nuestro estudio, tanto hablante como oyente son conscientes de que este tipo de actividad social posee una serie de características, como la divulgación de información o la expresión de las ideas propias. Sin embargo, estos saben que también pueden encontrar estrategias como el fomento de la polémica, la confrontación e incluso cierto dogmatismo. Ambos participantes también son conscientes de las restricciones típicas de dicha actividad, del carácter fundamentalmente receptivo -que no pasivo- de la audiencia, de la “multidireccionalidad” del acto, o, por último, de la aparición de oyentes no oficiales.

En cuanto a los participantes del acto comunicativo, además del análisis interactivo de la figura del hablante y del oyente, un buen análisis contextual debe tener en cuenta diversos

factores como el carácter no continuado de la audiencia. La larga duración del programa hace que este no vaya destinado a un oyente que se mantenga frente a la radio de seis a doce de la mañana. El formato está diseñado para que se amolde a las necesidades y exigencias de un público que se va gradualmente incorporando y dejando el programa, debido a su rutina laboral. Así, las primeras horas del programa cumplen una función de información y servicio, donde se repiten varias veces las noticias más relevantes e informaciones como la del tiempo o las carreteras, servicios útiles para los oyentes que se van trasladando desde casa a su lugar de trabajo. En las siguientes horas el programa adquiere un ritmo más sosegado, y sus secciones son más largas y destinadas al ocio o al tiempo libre, proyectadas hacia un oyente que puede seguir el programa de manera más continuada y tranquila, ya sea desde casa, ya sea desde su lugar de trabajo.

De la misma forma, el analista debe tener en cuenta el perfil social y cultural de la audiencia a la que potencialmente se dirige, o incluso de los políticos o personajes públicos que recibirán de manera indirecta el mensaje y que se verán afectados por él.

Dentro de esta caracterización del hablante-oyente, es esencialmente relevante en nuestro discurso un rasgo como la identidad que estos ponen en juego, así como el cariz ideológico que pueden llegar a manifestar. La gente no solo posee una identidad individual, también se crean una identidad social que tiene que ver con la pertenencia a un grupo con cuyos miembros se comparte ciertos rasgos, aficiones, valores o creencias. Por supuesto, un individuo puede pertenecer a más de un grupo y poseer, por tanto, muchas identidades sociales. La sociedad establece grupos por sexo, por nacionalidad, por raza, por cultura o ideología. De todas estas variantes, será esta última la que posee especial relevancia en nuestros textos, ya que se pone de manifiesto de manera muy habitual en el discurso periodístico de tema político.

#### *4.2.4.3.1. La ideología de los participantes*

El término “ideología” ha ido cobrando cada vez más presencia en el discurso del ser humano, sobre todo desde el siglo XIX. Este éxito ha provocado que se usara para referirse a conceptos muy distintos, lo que ha aportado cierta ambigüedad al término desde sus primeros usos hace dos siglos:

“Part of the reason why this concept is so ambiguous today, has so many different uses and shades of meaning, is because the concept has travelled a long and circuitous route since it was introduced into European languages two centuries ago: the multiplicity of meanings which it displays today is a product of this historical itinerary.”(J. B. Thompson, 1990: 5)

Hoy día el término ha llegado a adquirir cierto matiz negativo, haciendo referencia a las ideas falseadas, condicionadas y partidistas de una persona o grupo, pero, en origen, simplemente sirvió para definir una disciplina que se encargaba del estudio de las ideas<sup>120</sup>. En este estudio nos basaremos en esta acepción más neutra y descriptiva del término, obviando el cariz peyorativo que a veces adquiere.

El *Diccionario de la Lengua Española (DRAE)* define ideología como “un conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político, etc.” De esta definición nos interesa la manera en que la ideología caracteriza a la persona y, por tanto, conforma su identidad.

J. B. Thompson (1990) aporta una característica fundamental al término, que es su sistematización. Así, para este autor la ideología está formada por un sistema de creencias o pensamientos sistematizados. Cuando hablamos de ideología, por tanto, hacemos referencia a un conjunto de pensamientos o ideas organizados y compartidos por una colectividad concreta. Es decir, no podemos etiquetar como contenido ideológico una serie de ideas sueltas e inconexas, ni, por supuesto, defendidas privadamente. T. Van Dijk (2005) define las ideologías como “representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción. Los diferentes tipos de ideología son definidos por el tipo de grupos que tiene una ideología, tales como los movimientos sociales, los partidos políticos, las profesiones, o la iglesia, entre otros” (10). Esta identidad grupal que adquieren los individuos según su sistema de creencias recibe el nombre de *grupo ideológico*, que T. Van Dijk (2005) define como “colectividad de personas definidas principalmente por una ideología compartida, y por las prácticas sociales basadas en ella, sea que estén o no organizadas e institucionalizadas” (15).

La ideología, por tanto, determina en gran medida el comportamiento social del individuo. Esta está muy unida a los valores, es decir, a aquello que la persona cree que está

---

<sup>120</sup>El término, acuñado por primera vez por Destutt de Tracy, tiene como origen la época inmediatamente posterior a la Revolución Francesa. (Cf. T. Van Dijk, 1999: 29).

bien o mal, por lo que se regirá según el sistema de creencias de cada uno y del grupo al que pertenezca. Así, una de las labores fundamentales que definen a un grupo ideológico es la realización de una serie de acciones que tengan como objetivo, por un lado, mejorar la sociedad según su sistema de valores, por otro, reforzar sus relaciones grupales y, por tanto, su identidad. J. Schwarzmantel (2008) también destaca la importancia de estos movimientos sociales que tienen como origen la creencia ideológica:

“So ideologies cannot be divorced from movements, whether political parties or broader social movements, which move in the ‘real world’ of politics, and require a certain constituency or social base.” (J. Schwarzmantel, 2008: 27)

Estos movimientos se llevan a cabo de manera conjunta y coordinada, y son del tipo de reuniones, manifestaciones o mítines. En el siguiente ejemplo observamos cómo el presentador de nuestro programa convoca a una manifestación a sus oyentes, sentando las bases ideológicas o razones morales por las que se debe asistir:

44. Hay cuatro razones para estar el sábado a las doce en Colón/ Madrid/ España.↓// primera.↓/ estamos contra la ETA.↓/ segunda estamos contra el Gobierno.↓/ tercera nos da náuseas la posición cobarde del PP de Mariano Rajoy Gallardón y demás patulea.↓/ y cuatro toda la gente que va es buena gente.↓ (Es Radio, 04-11-19)

El hablante define las características de su grupo ideológico, así como la de aquellos que pertenecen a grupos contrarios y que, por tanto, no deben ir a la manifestación.

Como podemos observar, un elemento esencial a la hora de llevar a cabo actividades de base ideológica es el discurso. Este no solo sirve para convocar a acciones, sino que es elemental para emitir y propugnar un determinado sistema de creencias. T. Van Dijk (2005) afirma que “aunque las ideologías pueden ser adquiridas por la socialización de grupo en muchas prácticas sociales (...) las fuentes primarias y los medios de ‘aprendizaje’ ideológico son el habla y el texto” (28). Entre los diferentes tipos de discurso hay algunos pertenecientes a instituciones oficiales cuya influencia ideológica es mayor. Nos referimos concretamente a la escuela y a los medios de comunicación. Entre los medios, la radio siempre ha sido una de las vías esenciales a la hora de influir en la ideología política de la sociedad. Los grupos de comunicación dueños de las cadenas se caracterizan por poseer cierta línea ideológica, que

después se plasma en mayor o menor medida en los programas de la cadena, sobre todo en aquellos centrados en tema político. Como afirma T. Van Dijk (2003), “la infinidad de actividades que definen las noticias de cada día y la realización de un diario o programa de televisión se basa en las ideologías de los actores sociales que participan como miembros de grupos sociales diferentes” (46).

Podemos encontrar diferentes tipos de contenidos ideológicos: basados en la raza (ideología racista/ no racista) en el sexo (ideología machista/ feminista) en la libertad (ideología totalitaria/ democrática), en las profesiones (ideología de los periodistas, de los enseñantes), o incluso en la religión (ideología católica, islamista, budista, etc.) En el programa que estamos analizando tendrá especial relevancia la expresión de un contenido ideológico de índole política. Hablaremos, por tanto, de ideología en un sentido socialmente global, que tiene que ver con cómo debe ser la sociedad en que vivimos desde un punto de vista político<sup>121</sup>. Nos situamos así en la línea de J. Schwarzmantel (2008), que define las ideologías como “the central aspects of how society should be organized, answering such questions as what the role of the state should be, what forms of difference or differentiation between people should be accepted, and which rejected. In the widest possible sense an ideology thus offers answers to the question of what kind of society is desirable” (25).

El contenido ideológico- político impregna todo el discurso del presentador de *La Mañana*, lo que es natural en este tipo de programas, y dentro de estos, en el género del *comentario editorializante*. En este sentido, el propio hablante se define como de ideología liberal, sistema de creencias para el que valores como el individualismo o la responsabilidad personal son esenciales. Para J. Schwarzmantel (2008) el Liberalismo clásico se basa en “individual rights, individual choice, the limiting of state power and the important role of the market” (50). Así, el discurso de FJL está plagado de continuas defensas a la libertad del individuo por encima de cualquier derecho de la colectividad, de la no intromisión del estado en las leyes del mercado, del derecho a la propiedad privada que debe ser salvaguardado por la ley y, por último, de una idea centralizada y cohesionada del Estado Español, que permitiría menos poder a las autonomías y a los nacionalismos periféricos. En el siguiente ejemplo se critica una de las medidas negativas que suelen tomar los miembros de ideologías opuestas, en este caso, la tendencia de los partidos de izquierda a subir los impuestos, hecho que desde una ideología liberal como la del presentador se condena de manera tajante:

---

<sup>121</sup> T. Van Dijk (2005) afirma que “si hay un campo social que es ideológico, es el de la política” (24).



6. Yo digo que este es como un gobierno pirata↓/ es como los piratas/ ¿por qué↑?/ les pagas el I.V.A. y es como pagar el rescate para que te vuelvan a atracar la próxima vez↓/ nunca acabas de pagar a los golfos↓/// ¿por qué↑? / pues por su naturaleza golfante↓ (Es Radio, 15-03-10)

El hablante, por tanto, se erige como miembro esencial del *grupo ideológico* (liberal) al que pertenece, ya que posee el poder que le otorga el hecho de manejar un medio oficial de difusión de su ideología, la radio. Este hablante, por tanto, toma el rol de “predicador” o líder ideológico, cuya función es, según T. Van Dijk (2005) “vital para la adquisición, propagación, defensa o enseñanza de las ideologías” (45).

Es tanta la presencia de la ideología en el discurso de FJL, que incluso puede afectar al modo en que la realidad es percibida. T. Van Dijk (2003) afirma que las ideologías de un grupo pueden influir en el conocimiento “porque quienes mantienen ciertas creencias piensan que son verdaderas según sus estándares y, en consecuencia, las consideran conocimientos en sí y no creencias ideológicas” (29). Esto suele darse con frecuencia con respecto al tema del cambio climático. Miembros de ideología ecologista, normalmente cercanos a la izquierda política, defienden la existencia de este hecho, sin embargo, sectores más liberales o conservadores tienden a negarlo:

45. ¿Dónde va a nevar↑?/ pues donde siempre↓/ eso del cambio climático eso es mentira↓/ el clima está como siempre↓/ en invierno frío→/ en verano calor→/ ya saben↓ (Es Radio, 26-11-10)

La posición ideológica del periodista también influirá, por tanto, en la forma en que este interpreta ciertos hechos más ligados con la actualidad política. En el siguiente caso se destaca la indefensión de un grupo de gente que se disponía a ir a misa, y que fue amenazada por algunas personas de izquierdas que se posicionaba en contra de esta celebración. La parte de la realidad que no aparece es que el primer grupo iba a una celebración religiosa en el Valle de los Caídos en conmemoración de la muerte del dictador de derechas Francisco Franco, que gobernó España hasta 1975:

46. ¿Qué vas a hacer/ Cándido↑?/// y tú/ Rubalcaba/ ¿qué vas a hacer? [...] ¿Y qué estás haciendo/ Rubalcaba/ para desactivar estos grupos criminales/ que predicán el crimen↑?/ ¿qué estás haciendo/ Rubalcaba↑?/// nada/ ¿no↑?// porque tú todo lo que sea contra la derecha→ [...]Rubalcaba/ ¿qué estás haciendo para acabar con esta campaña de matar a la gente por el hecho de ser de derechas↑? [...] Aparte de facilitarlo y de promoverlo/ y de molestar a la gente que quiere ir a misa/ ¿qué haces↓? (Es Radio, 22-11-10)

La mayoría de sus oyentes comparte la ideología del presentador, como observamos en los mensajes de voz, de móvil o correos electrónicos que se emiten en el programa. Sin embargo, cabe destacar que todo miembro del grupo ideológico no se identifica con la ideología de la misma manera. Encontraremos grupos de oyentes que pueden mostrar cierta disparidad en relación a algún tema concreto, pero, en su mayoría, comparten la línea marcada por el programa, y sus opiniones son argumentos que apoyan o ratifican las tesis que el presentador ha defendido con anterioridad. Como ejemplo, aportamos la intervención de una oyente, que critica los consejos que da el presidente del Gobierno a otros países de la Unión Europea:

47. ¡Ay!/ señor/ Zapatero/// consejos vendo y para mí no tengo/// este país que lo han hundido/ porque explíquenme a mí/ qué es lo que ha hecho este Gobierno↑/ vamos es que no le queda ningún rincón/ que no haya destrozado este Gobierno↓/// y encima se atreve a dar consejos↓/// Dios mío lo que nos ha caído↓ (Es Radio, 18-06-10) (Intervención de un oyente a través del contestador automático)

De la misma manera, es lógico que aquellos oyentes que en poco comulgan con las ideas del presentador o programa busquen cadenas de radio más afines a su sistema de creencias. Esto se da más aún en relación a nuestro presentador, debido a la forma tajante y violenta con la que estas ideas son expresadas. Así, también podemos encontrar opiniones adversas a FJL, pero en otros medios, como foros de tema político en Internet:

48. Lo que hace el amiguito de la COPE no es opinar, es mentir, manipular, difamar, etc. etc. etc.....y eso, nada tiene que ver con la libertad de expresión. (Foros.abc.es)

49. De Los Santos, a mi me resulta innecesariamente agresivo, y no lo puedo soportar (Ine.es) [Sic]

Pero por encima del número de seguidores o detractores que el periodista posee, este ha conseguido que su discurso trascienda y vaya más allá de la relación clásica locutor- oyente. Sus manifestaciones tienen una repercusión a nivel nacional, ya que incluso se han emitido fragmentos de su programa en cadenas de televisión en horario de máxima audiencia. Poco a poco se ha ido forjando una imagen de personaje polémico, para algunos un rebelde defensor de la libertad de expresión, para otros un periodista que lidera, a través del insulto y la violencia, los valores más trasnochados de la derecha.

El discurso de todo hablante ideológico sigue una macro-estrategia global que se basa en la polarización *Nosotros- Ellos*: enfatizar lo bueno (acciones o atribuciones) y atenuar lo malo (acciones o atribuciones) del *endogrupo* (nosotros), es decir, de aquel grupo con el que se comparte ideología; del mismo modo, se pretende atenuar lo bueno del *exogrupo* (ellos), es decir, de aquel de ideología ajena o contraria, así como intensificar las acciones o atribuciones negativas que a este último correspondan. T. Van Dijk (2003: 57) esquematiza estas estrategias básicas del discurso ideológico de la siguiente manera:

**A) Si el referente es el *endogrupo* (nosotros):**

- Poner énfasis en los aspectos positivos
- Atenuar los aspectos negativos

**B) Si el referente es el *exogrupo* (ellos):**

- Poner énfasis en los aspectos negativos
- Atenuar los aspectos positivos

Con respecto a nuestro hablante, entre los grupos ideológicos contrarios (*exogrupo*), destacamos al Partido Socialista Obrero Español, que gobierna España desde 2004. La primacía política que este grupo da a lo social sobre lo individual, la intervención del Estado en la economía o el poder otorgado a las comunidades son los puntos que lo alejan de la línea ideológica del programa. Es común etiquetar a este grupo y a otros partidos ideológicamente afines de manera despectiva con el término *progres*:

50. Genocidio llamáis los progres a esto (Es Radio, 22-11-10)

Por otro lado, los partidos autonómicos de perfil nacionalista son especial objeto de crítica, debido a que el presentador defiende una idea de España como nación unida y centralizada, tal y como se predica desde las teorías ideológicas liberal-conservadoras. De esta forma, es normal encontrar continuas opiniones en contra del llamado estado de las autonomías:

51. Las autonomías no sirven para nada↓/ más que para estorbar y arruinarnos↓ (Es Radio, 01-12-10)

Por último, también es objeto de crítica cierto sector del principal partido de la oposición, el Partido Popular. A pesar de que la línea ideológica de este se acerca a la del programa, se le critica por la poca rigidez y dureza con la que se enfrenta al Gobierno socialista, y se suele tildar a sus miembros como cobardes o poseedores de ciertos complejos por temer a manifestar claramente sus ideas liberales o de derechas:

52. Que se aclaren/ señores del PP↓/ que se aclaren↓ (Cope, 11-04-07)

53. El PP debería tener una política↓/ una política↓/ la que fuera/ con respecto al 11M↓ (Cope, 11-04-07)

Se critica, por tanto, a cierto sector del PP, que, según el periodista, ha llevado a cabo un viraje a la hora de poner en práctica su política. Este cambio se habría producido en 2006, donde el presidente del partido, Mariano Rajoy, decidió, según FJL, optar por una estrategia más blanda y condescendiente con respecto a la política llevada a cabo por el Gobierno:

54. En el PP sigue habiendo muchísima gente que está donde estaba/ hace cinco años↓// no muchos↓ (Es Radio, 8-11-10)

Por tanto, la estrategia que marcará el discurso de FJL será la de enfatizar las acciones positivas, así como atenuar las negativas de personas u organizaciones afines ideológicamente. Entre ellas podemos destacar cierto sector del PP que sigue una línea de oposición más dura con el Gobierno, así como organizaciones como “Voces contra el terrorismo”, muy crítica con la política antiterrorista del Gobierno. Por otro lado, subrayará lo

negativo y ensombrecerá lo positivo de grupos adversos como el PSOE, cierto sector del PP o los partidos nacionalistas. Aunque con matices, nos encontramos ante la clásica división política entre izquierda y derecha. Como afirma T. Van Dijk (2005b), “la organización total de las creencias sociales como una lucha entre la Izquierda y la Derecha es el resultado de la polarización subyacente de las ideologías políticas que han impregnado la sociedad en su totalidad” (25).

La estrategia de oposición que lleva a cabo nuestro hablante ideológico se origina en su deseo de imponer una serie de valores que, según él, son los idóneos para regir una sociedad mejor. En el momento en que estos valores se transforman en creencias ideológicas dan lugar al enfrentamiento y a la polémica.

En el siguiente ejemplo, claro caso de discurso ideológico, FJL intenta deslegitimar a través de la ironía a los miembros del *exogrupo*, en este caso al sector de izquierda (*progres*, *titiriteros*) de la sociedad española. Su principal argumento es que estos son condescendientes con un régimen totalitario como el cubano por el mero hecho de compartir su ideología (izquierda):

55. Hay más noticias/ de Cuba→/ de los presos que están en huelga de hambre frente al régimen↓/// mi propuesta/ en broma pero completamente en serio↑/ es que yo los intercambiaría por titiriteros↓ (3´) o sea/ el que está más grave/ Fariñas por Moratinos/ que se quedara allí↓/// y los titiriteros/ uno por cada preso/ todos los presos fuera y todos los titiriteros dentro↓/// yo creo que eso sería justo/ ¿no↑?/ a cambio/ como son “progres” y amigos del régimen→/ les darán casas en el vedado y atenciones selectas a domicilio↓ (Es Radio, 15-03-10)

Más allá de la diversidad ideológica, hay ciertos conceptos que son universalmente admitidos. T. Van Dijk (2003) afirma que “la libertad, la independencia, la belleza o la paciencia son valores que la gente acepta socialmente”. Sin embargo, una de las estrategias comunes de nuestro hablante es la de, más allá de criticar ciertas divergencias ideológicas, asignar al *exogrupo* descalificaciones que tienen que ver con la no aceptación de estos valores compartidos en toda sociedad democrática:

56. PNV/ haciendo honor a su trayectoria xenófoba y liberticida↑/ no piensa sancionar al que le pegó una patada en los testículos a A. Aguirre↓ (Cope, 16-04-09)

57. Rubalcaba es Rubalcaba y por lo tanto es embustero y un tirano↓/ lo fue ayer pero lo ha sido siempre↓ (Es Radio, 17-11-10)

58. Tú estás más cómodo en una dictadura camuflada que en una democracia de verdad↓/// tú lo que quieres es lo de aquí/ que los partidos dicen a la gente lo que pueden y no pueden votar/ y no como allí/ que la gente dice a los políticos lo que quiere y no quiere que hagan↓/// vamos↑/ que a ti la democracia no te gusta/ Mariano↑/ si lo veníamos viendo↓ (Es Radio, 04-11-10)

Tildar a los políticos a los que se critica de racistas, contrarios a la libertad o a la democracia, sobrepasa la norma propia de este tipo de discurso periodístico de crítica política. En este marco es común el enfrentamiento y la disparidad, así como la crítica y el ataque ideológico, pero FJL asigna a los miembros del *exogrupo* valores no aceptados en una sociedad democrática, lo que provoca un inevitable efecto descortés hacia ellos, y tilda su discurso de una violencia no habitual en este tipo de programas.

En conclusión, el hablante desarrolla este discurso ideológico con la finalidad de influir en la masa social, de ejercer este poder que le otorga su rol de “predicador ideológico”, que se erige como portavoz a través del estatus que le asigna su medio de comunicación. La ideología, por tanto, legitima este poder, y permite el control de la mente de los oyentes a través de la persuasión y la manipulación. Pero el discurso de FJL no solo influye en las ideas de sus oyentes, sino, como hemos visto, también en su comportamiento y en sus movimientos sociales, en la forma en la que estos actores deben ir tejiendo, en definitiva, la sociedad. Porque, como afirma T. Van Dijk (2003) “quien controla el discurso público, controla indirectamente la mente (incluida la ideología) de las personas y, por lo tanto, también sus prácticas sociales” (48).

### **4.3. Síntesis y valoración**

El discurso de Federico Jiménez Losantos se caracteriza por su complejidad enunciativa, por su estilo coloquial, directo y agresivo, así como por su finalidad claramente argumentativa. Esto ha provocado que este personaje haya alcanzado una repercusión social enorme en los últimos años en la sociedad española. Cumpliendo el lema de “mejor que hablen de mí, aunque sea mal”, el presentador ha ocupado portadas y espacios de comunicación de máxima audiencia, debido al elevado tono y al cariz polémico de las

declaraciones vertidas en su programa. Pero no todo han sido críticas: el periodista ha conseguido la confianza de un gran número de oyentes, normalmente de ideología liberal, que se sienten, por un lado, defraudados con el Gobierno socialista, por otro, traicionados por el Partido Popular, principal partido de la oposición. En definitiva, FJL se ha erigido como portavoz de un determinado sector de la sociedad descreído de la clase política y de las instituciones oficiales, y que opta por una actitud de permanente crítica debido a su visión catastrofista del futuro de España.

Dentro de su programa, de una complejidad estructural propia del magacín, nos centraremos en las secciones de comentario crítico de tema político. Las principales razones por las que hemos optado por ello son tres: por un lado, la restricción de espacio que nos exige un estudio como el nuestro, por otro, el carácter esencialmente polémico del tema político, y, por último, por lo novedoso de un estudio que se centra en las estrategias a través de las cuales se desarrolla la descortesía en un discurso monologal.

También hemos analizado la estructura interactiva, secuencial y cohesiva del programa, ya que esta descripción será fundamental para ayudarnos a comprender cómo y por qué aparece la descortesía en el discurso.

Por otra parte, hemos puesto el acento en la necesidad de tener en cuenta los factores contextuales a la hora de analizar nuestro discurso. Para ello nos hemos partido de la teoría de T. Van Dijk (2009), que define contexto como aquellos factores que rodean al acto comunicativo y que los participantes consideran, de manera subjetiva, relevante para la emisión o interpretación del mismo. Dentro del contexto hemos analizado la figura del hablante y oyente, y hemos aportado una clasificación que tiene en cuenta los desdobles del hablante a la hora de crear dramatizaciones, así la complejidad de la figura del oyente en un discurso de comunicación pública. Creemos que esta clasificación puede ser de gran validez para aplicarla a textos de una enorme complejidad enunciativa como los coloquiales o el discurso mediático, cuya estructura dista mucho de la clásica división hablante- oyente.

Por último, hemos querido incidir en la importancia del factor ideológico en nuestro análisis. La ideología, ya sea como tema, ya sea como coyuntura de identidad grupal, supone una variante que fomentará la aparición de estructuras descorteses en el discurso que vamos a analizar.





## **CAPÍTULO 5. ESTRATEGIAS DE IMAGEN Y DESCORTESÍA EN EL DISCURSO RADIOFÓNICO DE FEDERICO JIMÉNEZ LOSANTOS**

ANGELINA: (retrocediendo dos pasos, con doloroso asombro) ¡Me desprecias! ¡Me difamas!

GERMÁN: No, señor; no te difamo./ Quizás te difamaría/ por cursi si no lo fueras,/ mas, como lo eres de veras/ y en enorme proporción, te concedo, vida mía,/ que haya en mí descortesía,/ ¡pero no difamación!

*(Angelina o el honor de un brigadier, Enrique Jardiel Poncela)*



**5.1. La imagen atacada. El contenido semántico de los enunciados descorteses**

**5.1.1. Ataques a la imagen de rol**

**5.1.1.1. Ataques a la imagen de rol como profesional**

**5.1.1.2. Ataques a la imagen de rol como ciudadano**

**5.1.2. Ataques a la imagen básica**

**5.1.3. Ataques a la imagen grupal**

**5.1.3.1. Imagen grupal ideológica**

**5.1.3.2. Imagen grupal como partido**

**5.2. Clasificación y descripción de los recursos verbales utilizados para llevar a cabo las diferentes estrategias**

**5.2.1. La intensificación de la opinión**

**5.2.1.1. La aserción neutra. Omisión de verbos introductorios de la opinión**

**5.2.1.2. Los evidenciales**

5.2.1.2.1. Enunciador = nosotros. La complicidad con la audiencia

5.2.1.2.3. Dar una opinión como hecho contrastado. La modalidad epistémica

*5.2.1.2.3.1. Adverbios de modalidad epistémica*

*5.2.1.2.3.2. Otros procedimientos expresivos para expresar la modalidad epistémica*

5.2.1.2.4. Expresión explícita de la fuente informativa

**5.2.1.3. La reformulación descortés**

5.2.1.3.1. La corrección

5.2.1.3.2. La explicación

5.2.1.3.3. La etiqueta

5.2.1.3.4. La enumeración

5.2.1.3.5. Reformulación sin conector explícito:

**5.2.1.4. Otras estrategias de intensificación**

5.2.1.4.1. Conectores aditivos

5.2.1.4.2. Operadores de énfasis

**5.2.1.5. La intensificación dentro de los márgenes oracionales**

5.2.1.5.1. Plano morfosintáctico

5.2.1.5.2. Plano léxico-semántico

5.2.1.5.3. Plano fónico

*5.2.1.5.3.1. Ámbito segmental*

*5.2.1.5.3.2. Ámbito suprasegmental*

*5.2.1.5.3.3. Ámbito paralingüístico*

*5.2.1.5.3.4. Pausas*

**5.2.2. La descalificación del otro**

**5.2.2.1. Insultos**

**5.2.2.2. La descalificación humorística. El género de la sátira política**

5.2.2.2.1. La ironía

5.2.2.2.1.1. *Ironía por modificación de la fuerza elocutiva*

5.2.2.2.1.2. *Ironía en el plano del contenido proposicional*

5.2.2.2.2. Los enunciados paródicos

5.2.2.2.2.1. *Locutor/ enunciador parodiado concreto*

5.2.2.2.2.2. *Locutor/enunciador parodiado grupal*

5.2.2.2.3. La función poética y el aspecto lúdico del lenguaje. Recursos estilístico- persuasivos

5.2.2.2.3.1. *Nivel morfológico*

5.2.2.2.3.2. *Nivel léxico*

5.2.2.2.3.3. *Nivel sintáctico*

5.2.2.2.3.4. *Nivel semántico*

5.2.2.2.3.5. *Nivel fónico*

**5.2.3. Los actos impositivos**

**5.2.3.1. Fórmulas de tratamiento**

**5.2.3.2. La expresión del mandato. Los enunciados exhortativos**

5.2.3.2.1. Exhortaciones directas

5.2.3.2.2. Exhortaciones indirectas

**5.2.3.3. El vocativo**

5.2.3.3.1. Formas neutras

5.2.3.3.2. Formas de confianza

5.2.3.3.3. Formas de respeto con sentido irónico

5.2.3.3.4. Insultos en posición vocativa

**5.2.3.4. Marcadores apelativos**

5.2.3.4.1. Apéndices interrogativos

5.2.3.4.2. Imperativos

**5.2.4. La expresión radical del desacuerdo**

**5.2.4.1. El desacuerdo con el político. Estrategias de enfrentamiento**

5.2.4.1.1. Fórmulas negativas

5.2.4.1.2. Aserciones que ponen de manifiesto la no veracidad del enunciado anterior

5.2.4.1.3. Alo-repeticiones interrogativas

5.2.4.1.4. Marcadores apelativos de rechazo

**5.2.4.2. El desacuerdo con sus oyentes. La búsqueda de complicidad**

Tras las aclaraciones teóricas que hemos realizado en capítulos anteriores sobre (des)cortesía, ideología y medios de comunicación, y una vez que hemos descrito el corpus textual al que nos enfrentaremos, nos dispondremos a describir la manera particular en que la descortesía aparece y se desarrolla en el discurso de FJL.

Debemos recordar que, dentro del programa magacín *Es La Mañana de Federico*, nos centraremos en las secciones que ocupan las tres primeras horas del mismo. Aquí nos encontramos ante un tipo de texto monologal, donde el presentador comenta y opina sobre las principales noticias de actualidad, sobre todo de tipo político. En este tipo de género periodístico que hemos bautizado con el nombre de *comentario editorializante*, FJL critica de forma directa y agresiva a una serie de personas, en su mayoría políticos, de las que habla. Como hemos visto, el discurso periodístico de contenido político es por naturaleza polémico, ya que se caracteriza por el enfrentamiento entre posturas y la valoración y revisión críticas de las acciones de los personajes por parte de los periodistas. De la misma forma, este tipo de texto legitima la crítica y la discrepancia con respecto a los personajes públicos de los que se habla, dado que el hablante se sitúa en una posición de poder con respecto a ellos, debido a su función social de control sobre la clase política. Está legitimado, por tanto, que el periodista critique al político, pero no que el político critique al periodista.

Sin embargo, el discurso de nuestro hablante sobrepasa en mucho las convenciones establecidas para este tipo de textos, ya que de la crítica se pasa al ataque personal y a la burla, por lo que sus actos de habla llegan a provocar graves perjuicios en la imagen de estos personajes. Estos padecen los daños en su imagen debido a que suelen hacerse eco de estas declaraciones públicas de manera directa – escuchando personalmente el programa- o de manera indirecta -a través de terceras personas, normalmente agentes de prensa que les resumen a diario aquellas noticias o comentarios en los que se alude a su figura-. Nos es posible percibir este efecto descortés sobre el político en la medida en que estos suelen reaccionar a los ataques lanzados por el periodista. Estas reacciones se explicitan en acciones como contestaciones en mítines o en otros medios, llamadas al programa o demandas en el caso de que consideren que ese ataque ha supuesto una injuria o un grave perjuicio a su honor. En el siguiente texto mostramos cómo Cristina Castro, miembro del PP que sonó para sustituir a Mariano Rajoy, llama al programa debido a que siente que su imagen ha sido atacada en exceso y sin motivos:

59. Cristina Castro: voy a empezar a contestar a las afirmaciones que usted ha hecho sin conocerme↓// por eso he llamado porque me he sentido muy sorprendida de que usted haya utilizado ese tono despectivo/ ese tono de burla y de mofa/ incluso atreviéndose a llamarme tía/ cuando yo del respeto he hecho una de mis normas de vida↓// [creo que la mofa y la burla]

FJL: [No me haga llorar Sra. Castro porque estoy atónito↓]

(Cope, 27-03-08)

De la misma forma, ese efecto descortés, ese ataque desproporcionado, o, al menos, no habitual para el político es percibido así por otros miembros de la comunidad. Recordemos los casos en los que las declaraciones del periodista trascienden su propio programa, y son reproducidas en otros medios en horarios de máxima audiencia. De la misma forma, ya hemos mostrado aquí las sentencias de algunos jueces en las que se interpreta la intención dolosa del periodista con respecto a la imagen de los políticos de los que opina.

Observamos, por tanto, en nuestro discurso los dos requisitos de los que hablaba J. Culpeper (1996) a la hora de etiquetar un acto de habla como descortés: intención del hablante y percepción por parte de oyente. Sin embargo, y como ya hemos señalado en (2.2.), para nosotros, al igual que para otros autores como D. Bravo (2005b), M. Bernal (2007) o M. A. Locher y R. J. Watts (2008), el factor esencial para interpretar un determinado acto de habla como cortés o descortés será la interpretación que el oyente realice a partir de este.

El efecto descortés de estos textos, por tanto, no va dirigido al destinatario principal del periodista, su audiencia, sino al político o personaje del que habla, su objeto o tema discursivo, el referente, en definitiva, del mismo. Sin embargo, debido a la naturaleza “multidireccional” del discurso radiofónico, el hablante es consciente de que este personaje puede hacerse eco de sus críticas, por lo que su imagen también puede verse dañada en la comunicación. Hablamos, por tanto, de una descortesía referencial para referirnos al perjuicio que se deriva de un acto de habla que produce un hablante y que recibe el referente discursivo, el objeto, una vez que este se entera de lo dicho y se convierte, por tanto, en receptor indirecto del discurso.<sup>122</sup>

---

<sup>122</sup> E. Alcaide Lara (2010: 236), en su estudio sobre publicidad habla de “descortesía a terceros” para los casos en los que en este tipo de textos se daña la imagen de la empresa rival como estrategia para desprestigiar su producto frente al propio. Del mismo modo, podemos plantear la existencia de una “cortesía a terceros” o referencial. Nos referimos a los casos en que, dentro de una conversación, se halaga a una tercera persona no presente. También podemos citar ciertos discursos apologéticos, como los de un periodista hacia un político o figura relevante, por ejemplo, el rey. Aquí el efecto en esta tercera persona sería de reforzamiento de su imagen

Una vez descrita la forma en que esta descortesía se desarrolla, es la hora de preguntarnos por la finalidad por la que surge: ¿por qué el hablante pretende rebajar la imagen pública de estos personajes de los que habla?

Nos encontramos ante una descortesía estratégica, ya que la intención principal del periodista no es dañar la imagen del político, sino que esta es utilizada como un medio para conseguir otros fines. Es aquí donde se pone en juego un concepto esencial como es la ideología. El hablante, por tanto, posee un doble objetivo: atraer audiencia y promulgar una serie de valores ideológicos. Debemos recordar que la cadena se define por poseer una ideología cercana a la derecha y al liberalismo económico, donde ideas como la no intervención del Estado en la economía, el centralismo, o la unidad de España configuran sus rasgos identitarios. Así, FJL intenta atraer con su discurso a un tipo de oyente que puede llegar a compartir este tipo de valores. Una forma, por tanto, de acercarse emocionalmente a su público, así como de estrechar las relaciones afiliativas con este, consiste en atacar a todos aquellos personajes que no compartan estas ideas.

En el estudio sobre la agresividad humana de L. González Ballesteros et al. (1993) se utiliza el concepto de *territorialidad* para definir nuestra tendencia a señalar “una estructura divisoria muy precisa que implica *criterios de identificación y de dominio*: los que estamos dentro/ los que están fuera, los <<propios>> y los <<extraños>>, Yo y el Otro, etc.” (67)<sup>123</sup>. El campo de las ideas no queda fuera de esta idea de división grupal, ya que estas pueden constituirse en territorio simbólico que también puede ser atacado o destruido desde fuera. Así, resulta enormemente eficaz para fortalecer las relaciones del propio grupo enfocar la agresividad, el ataque hacia un enemigo externo, de manera que, incluso si este no existe, puede llegar a inventarse.

T. Van Dijk (2003) afirma que una de las estrategias más usuales del hablante ideológico consiste en atacar la imagen de los miembros del grupo ideológico contrario. FJL centra su ataque en todo aquel personaje que suponga un peligro para los valores que se promulgan desde el programa. De esta forma refuerza también su propia imagen de rol como periodista, ya que se muestra como alguien firme y directo a la hora de criticar ciertos comportamientos no adecuados.

---

y, por tanto, positivo. Como consecuencia de este efecto social positivo, esta persona de la que se habla puede responder, agradeciendo al periodista sus palabras o su apoyo.

<sup>123</sup> Cursiva del original.

En su tipología de comportamientos descorteses, S. Kaul de Marlangeon (2010) comenta también la posibilidad de que surjan este tipo de ataques a la imagen de un grupo contrario a través de lo que denomina “descortesía de fustigación de un individuo versus un grupo” (182), y cuya motivación radicaría “en la refractariedad de tal individuo a ese grupo antagónico o la afiliación exacerbada de tal individuo a otro grupo” (182). En nuestro caso estos grupos aparecen definidos por su ideología, y la motivación del hablante descortés consiste en atacar la imagen de grupos contrarios (izquierda, nacionalistas...) para acercarse a los miembros del grupo ideológico propio (de derechas o conservador).

Uno de los destinatarios indirectos del discurso de FJL y víctima principal del mismo es el Partido Socialista Obrero Español, en el poder en las fechas del corpus seleccionado. A través de la denigración de la imagen de miembros concretos del partido- el presidente del Gobierno, sus ministros, concejales...- se ataca a la imagen grupal del mismo, presentándolo como un gobierno ineficaz, falto de preparación y sin escrúpulos a la hora de llevar a cabo determinadas acciones que van en contra del país. M. Kienpointner (2008) habla de este tipo de estrategias en las que un hablante lanza reproches a un grupo social con el que se disiente, centrándose en uno de los miembros del grupo al que se considera *culpable por asociación*:

“Reproaches concerning the membership within a social Group, which, according to the speaker, has negative properties (“guilt by association”)” (M. Kienpointner, 2008: 248)

Con respecto al principal partido de la oposición, el Partido Popular, la crítica se ha acentuado en los últimos años, dado que, según el periodista, este grupo se muestra acomplejado a la hora de defender unos verdaderos valores de derechas o conservadores. La imagen grupal del partido también se ve dañada, ya que sus miembros aparecen como pasivos y poco decididos a la hora de defender una serie de principios que desde la cadena se creen los imprescindibles para el perfecto devenir de la sociedad. Sin embargo, el grado de virulencia de estos ataques no suele igualar a los emitidos hacia el Gobierno socialista. Así, el PP aparece como un partido que, aunque pueda equivocarse, suele mantener una postura digna y ética con respecto a los ciudadanos.

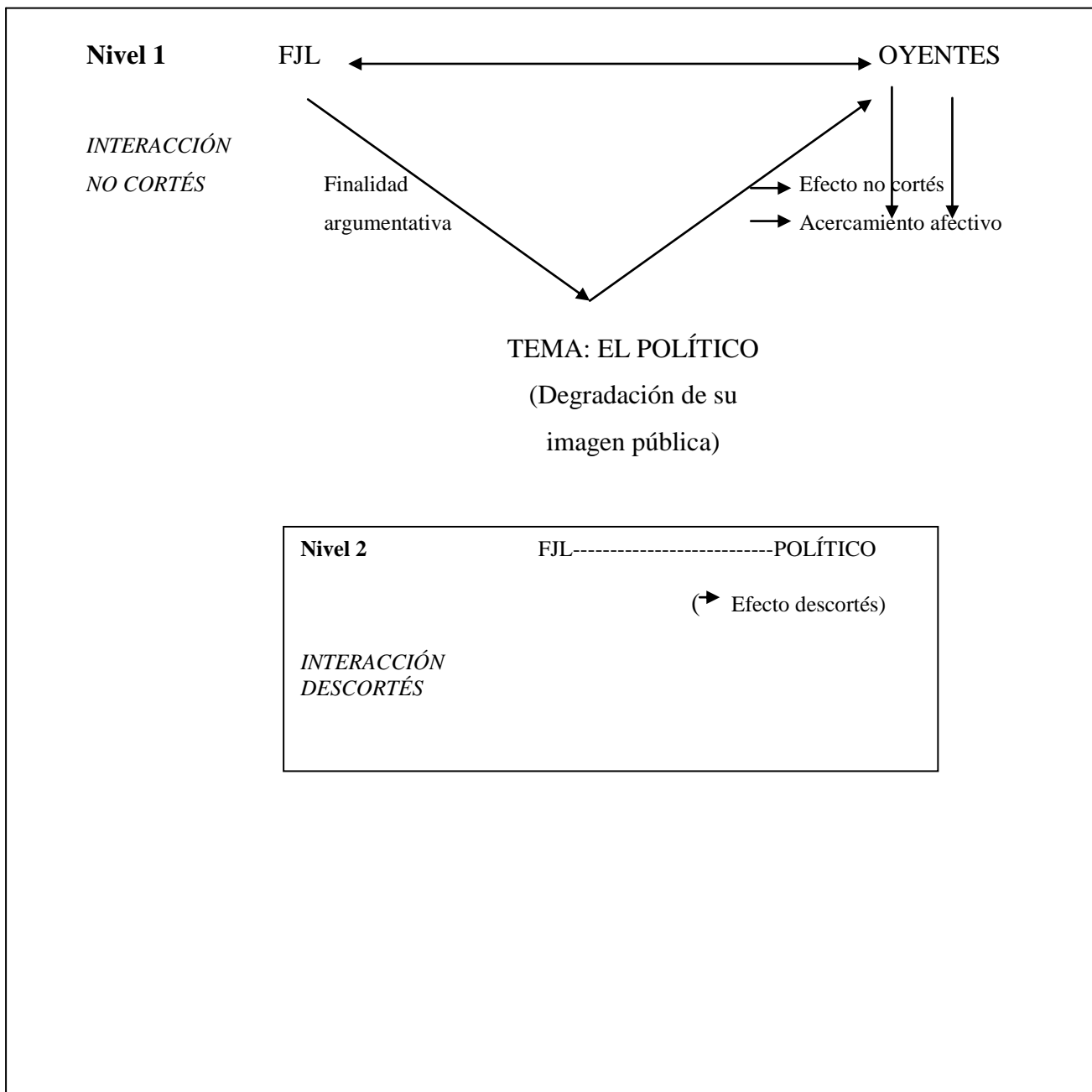
En el siguiente ejemplo podemos observar esa diferencia en la crítica entre estos dos grupos, a la vez que la actitud cercana al paternalismo del presentador con respecto a su audiencia, a la que intenta acercarse desde un punto de vista emocional:



37. Que sí/ sí/ ya sé que se siente mal/ un poco de fiebre/ *no sé si he cogido algo de frío*↓// sí/ habrán cogido frío/ pero se tienen que levantar igual↓// quieren animarse a levantarse ¿verdad↑?/ pues levántense contra el Gobierno/ que hay motivos↓// y si no contra la oposición/ que también↓// no tantos pero los hay↓ (Es Radio, 02-11-10)

Así, se atacará desde el programa a todo grupo o persona que muestre su oposición a los valores defendidos desde la cadena: partidos de izquierda, nacionalistas, jueces que dicten resoluciones contrarias a sus valores...

En definitiva, nos encontramos ante una descortesía referencial, estratégica y de intención claramente ideológica. El hablante se muestra descortés hacia esa tercera persona (destinatario indirecto) con la finalidad de convencer a sus oyentes, estrechar las relaciones de afiliación con estos, y así erigirse en portavoz de un grupo social de tendencia conservadora y descontento con la mayor parte de la clase política actual. Por tanto, en lo referente a la relación hablante-audiencia (destinatario directo), estamos ante un discurso neutral, es decir, ni cortés ni descortés, sino no cortés. En esta situación, el oyente ve como normativo la descortesía y violencia exagerada hacia el político. El problema surge cuando esa tercera persona se hace eco del discurso, se torna en destinatario (indirecto) e interpreta el discurso como descortés, como claramente dañino hacia su imagen. Y esto se produce porque esta tercera persona no está aplicando al enunciado la norma periodista-audiencia que requiere el programa, sino una norma externa, social. El periodista, debido al carácter “multidireccional” de su discurso, sabe que esta confrontación de normas puede darse, y conoce los efectos que esto puede conllevar (el efecto descortés hacia el político), pero lo asume con la finalidad de acercarse emocionalmente al oyente y hacerlo partícipe de sus ideas.



**Gráfico 26. Descortesía en el comentario editorializante de FJL**

Debemos puntualizar que esta descortesía que hemos denominado estratégica y que aparece de una manera tan marcada tan solo se ciñe a las secciones de *comentario editorializante*. No encontramos estas estrategias en otras partes del programa donde la temática se separa de lo estrictamente político. Por tanto, nos planteamos la hipótesis de que el periodista esté, desde un punto de vista social, realizando una actividad de imagen. Es decir, puede que este hablante utilice esta máscara violenta como finalidad persuasiva, de

manera que esté tejiéndose una imagen marcadamente violenta hacia la clase política e instituciones con las que una sociedad descontenta puede llegar a sentirse desengañada.

Esta estrategia supondría la creación por parte del periodista de una imagen funcional o de rol muy ligada al tema. De esta forma, en las secciones de su programa que se apartan del tema político, este marcado carácter violento de su discurso tiende a atenuarse o incluso a desaparecer. Así, esta idea de imagen está muy ligada al concepto de ideología. FJL defiende de manera coherente un sistema de ideas que coinciden con las de un sector concreto (derechas, liberal), y utiliza sus estrategias argumentativas, una de ellas esta descortesía extrema, como arma para atacar todos aquellos posicionamientos ideológicos contrarios. Observamos, por tanto, que su estrategia argumentativa basada en la descortesía extrema tiene una clara finalidad ideológica, y la ideología, por supuesto, viene marcada por el tema discursivo. Por ello, siempre que el tema pueda relacionarse con la ideología política, la aparición de esta descortesía será más frecuente, de ahí que surja, sobre todo, en las secciones de comentario editorializante, aunque la podemos encontrar puntualmente en alguna sección cuyo contenido colinde, en cierta manera, con el tema político. Por ejemplo, en la sección “Sobrevivir a la crisis”, en la que se dan consejos a los oyentes para ahorrar o invertir bien su dinero, podemos encontrar cierto ataque a la imagen de la ministra de Economía del Gobierno socialista:

28. En estos momentos/ ahora se están cargando todas las sociedades/ entre otras cosas/ entre otros países/ España/ a través de una presión brutal sobre las clases medias↓/ porque la economía va muy mal y hay que sacar dinero para Elenita Salgado de donde sea↓ (Es Radio, 25-10-10)

El presentador, por tanto, proyecta de manera voluntaria una imagen beligerante de sí mismo, que le resulta muy rentable, no solo para convencer a sus oyentes particulares, sino también para extender su opinión a este sector de la sociedad descontento y de ideas más o menos conservadoras. También tiene en cuenta la rentabilidad de su estrategia desde un punto de vista de relevancia social. Este hecho lo podemos constatar, por ejemplo, mediante unas declaraciones del periodista donde pone en relación su comportamiento discursivo con el de Risto Mejide, jurado del concurso televisivo *Operación Triunfo*, o con el de la presentadora del concurso *El rival más débil*. Ambos personajes han sido objeto de estudio desde el punto de vista de la descortesía. E. Brenes Peña (2009a) comenta acerca de Risto que sus juicios de

valor claramente negativos y ofensivos hacia los concursantes de *OT* tienen como finalidad última captar y entretener a la audiencia.

J. L. Blas Arroyo (2010) también centra su estudio sobre descortesía en este personaje, del que afirma que es un producto mediático, cuyo discurso se caracteriza, al igual que el de FJL, por su “descortesía genuina, donde las interpretaciones del hablante y oyente coinciden en advertir una intención real de agredir al interlocutor” (190), en el caso de nuestro periodista, de agredir al político del que habla.

Por otro lado, J. Culpeper (2005) realiza un estudio sobre la descortesía en la versión inglesa de *El rival más débil*, donde la presentadora adquiere un papel agresivo, y se dedica a insultar a los concursantes que no aciertan a responder a las preguntas.

Como en estos programas, FJL parece adquirir cierta pose agresiva a la hora de censurar los comportamientos de ciertos políticos posicionados ideológicamente en un lugar opuesto a él y a su audiencia. No le importa mostrarse claramente descortés, si con ello consigue su objetivo: que sus declaraciones tengan trascendencia, lo que le supondrá un aumento de la audiencia. Así lo demuestra, igualmente, en esta afirmación que hace referencia a la bajada de audiencia de las mañanas de la Cope desde que él dejó el programa:

61. Antes todos se metían con la Cope↓// señal de que era importante↓ (Es Radio 26-01-11)

M. Cebrián Herreros (1992) señala, además, que en este tipo de texto donde se analiza la realidad el periodista puede llegar a convertirse en un “actor que se adueña de la personalidad y suplanta la autenticidad. El comentario se convierte en arenga, en sermón, en un sistema rotatorio de rostros- máscaras” (70).

Esta actitud claramente beligerante con la clase política provoca cierta atracción en la audiencia, que, a su vez, se siente cómoda escuchando el programa, debido a la sensación *voyeurista* de mantenerse a salvo mientras se observa un comportamiento prohibido o no adecuado. El espectador sabe que él no será objetivo de la descortesía, por lo que puede sentirse tranquilo contemplando estas agresiones, ya que su imagen siempre será respetada. Por otro lado, el efecto socialmente negativo sobre el personaje atacado en los medios de comunicación es mayor que si este ataque se hubiera producido en un ámbito privado, precisamente por el carácter público de tal crítica.

En definitiva, el ataque directo, el enfrentamiento, la polémica... todo vale con tal de aumentar el número de oyentes, de manera que el medio llega a constituirse en un filtro moral o ideológico a través del cual estos deben interpretar la realidad:

“La competencia entre los medios de comunicación, independientemente del soporte que empleen para llegar a las audiencias, es lo más parecido a una batalla campal. La conquista de cuotas de mercado, la ampliación de la mancha de consumidores, la captación del mayor número de ciudadanos que hacen de un medio su entrada referencial para el conocimiento de la realidad constituyen los objetivos esenciales de cualquier medio de comunicación social” (M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta, 2005: 24).

Así, estos ataques violentos están en cierta forma legitimados por estos objetivos arriba aludidos. Pero, es más, la imagen del hablante agresivo, lejos de verse perjudicada, se enaltece con respecto a los seguidores del programa y que, además, suelen coincidir ideológicamente con el periodista. Para ellos el presentador es un adalid de la libertad de expresión y un modelo a seguir como periodista independiente, ya que emite sus opiniones sin tapujos.<sup>124</sup> Un portavoz, en definitiva, de todos aquellos ciudadanos descontentos con la situación actual de España, y que se sienten reconfortados ante el “ataque” hacia los poderosos, hacia los miembros de una clase política con la que no se identifican.

Podemos situar, por tanto, este tipo de descortesía en la línea de lo que E. Brenes Peña (2009a, 2009e) denomina descortesía mediático lúdica, o J. Culpeper etiqueta como descortesía como entretenimiento. Sin embargo, pensamos que la mayor seriedad de un tema como el político, que alberga asuntos de enorme preocupación para los ciudadanos, así como la intención ideológica del discurso, son variantes que sitúan este tipo de texto en un lugar distinto al de los programas de entretenimiento al que nos hemos referido. Podemos utilizar, por tanto, el concepto de *descortesía ideológica* para referirnos a este tipo de comportamiento verbal, propio de un discurso de tema serio, que busca desprestigiar la imagen de aquella persona o grupo posicionados en un lugar ideológicamente contrario al hablante.

Como hemos observado, la descortesía se ha implantado como un factor esencial a la hora de analizar la aparición de géneros nuevos como son la pseudotertulia televisiva (E. Brenes Peña, 2009e), los nuevos “*quiz shows*” como *El rival más débil* (J. Culpeper, 2005) o,

---

<sup>124</sup> Acerca del personaje de Risto Mejide, J. L. Blas Arroyo (2010) afirma que después de todo “cultiva un perfil de competencia y honestidad profesional” (188).

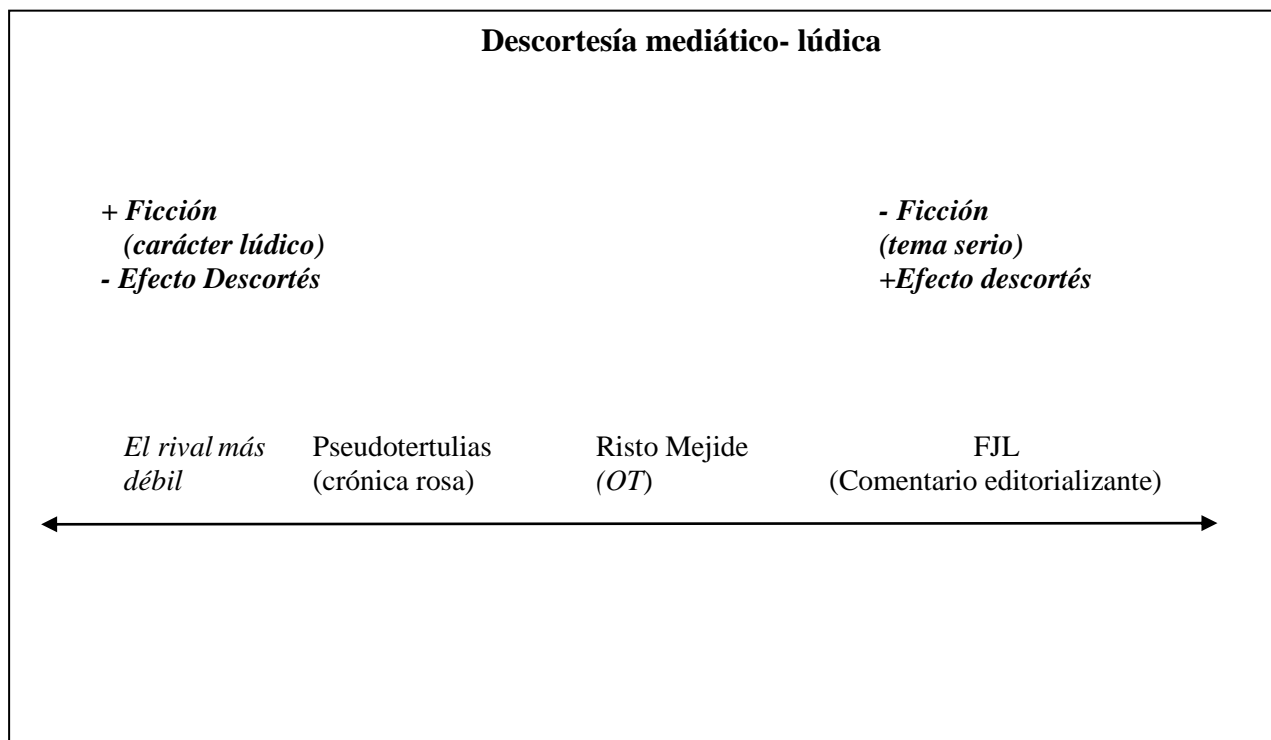
como en nuestro caso, el *comentario editorializante*. Sin embargo, debemos tener en cuenta otros factores contextuales para no tratar todos los géneros por igual, y apreciar el carácter gradual de este tipo de descortesía. Así, dentro de estos nuevos formatos que utilizan la descortesía como estrategia esencial para atraer a la audiencia, observamos diferencias que parten del contenido serio o la finalidad ideológica que, como ya apuntaban C. Fuentes Rodríguez y E. Alcaide Lara (2008: 26), deben unirse a otros factores como el carácter público o privado de la cadena, la franja horaria del programa o el carácter más o menos profesional de los interactuantes.

En nuestro caso, y debido a la seriedad del tema discursivo, pensamos que es más difícil para la audiencia separar a la persona del personaje, lo que supone un factor de intensificación de la descortesía. En *El rival más débil*, por ejemplo, a pesar de que J. Culpeper (2005) demuestra a través de reacciones de los concursantes que estos padecen cierto efecto social negativo, pensamos que este será menor, dado que saben a ciencia cierta que la presentadora es una actriz.<sup>125</sup> En el caso de Risto Mejide, nos encontramos ante un personaje anónimo, del que, en principio, no se tiene que sospechar que esté actuando. Los concursantes a los que ataca sufren este efecto social negativo, por tanto, en mayor medida que en el programa anterior, pero el carácter liviano de este tipo de formatos de variedades puede hacer que este efecto sea menor o que dure menos desde el momento en que la “víctima” de la descortesía comprenda la dinámica en la que estas estrategias se insertan.

En nuestro caso, sin embargo, creemos que es más difícil separar la persona del personaje, debido a que su ataque aparece dentro de un discurso donde se habla de temas de enorme importancia para el ciudadano como el estado de las autonomías, la crisis económica o el aborto. Así, dentro de esta descortesía mediático lúdica debemos establecer diferencias, y situar cada programa dentro de un *continuum* que pone en relación el efecto descortés y el carácter ficcional de las estrategias. Es decir, cuanto más claramente se interprete esta violencia como mecanismo de ficción dentro del juego mediático, menor será el grado de daño en la persona a la que se ataca. Como ya demostró J. Culpeper (2005), el perjuicio sigue existiendo, pero creemos que en un grado menor, ya que la persona objeto de la descortesía entenderá en última instancia que todo es un juego. Sin embargo, si el tema serio del programa dificulta esta interpretación lúdica de la descortesía por parte del oyente, las consecuencias de ese ataque serán mayores.

---

<sup>125</sup> En el caso de la versión española, ese rol lo llevaba a cabo una actriz muy conocida por su participación en distintas series de ficción.



**Gráfico 27. El continuum de la descortesía mediático lúdica**

Pensamos que la descortesía de programas como *El rival más débil* produce un menor efecto descortés en las personas a las que esta va dirigida, en este caso, los concursantes. Estos no tienen dudas de que los comentarios que la presentadora les dirige son fruto de un guion previo diseñado por los guionistas del programa. Esta certeza, si bien no anula el efecto dañino en la imagen de estos, lo suaviza. Con respecto a las pseudotertulias de crónica rosa, bien es cierto que estos hablantes no se limitan a reproducir un guion previo, pero sus actitudes de crítica violenta y excesiva distan mucho de ser espontáneas. Ya desde la dirección de estos programas se planifica esta *estética del enfrentamiento*, como puede observarse a través de circunstancias como la distribución espacial de los participantes o la división de la pantalla en dos, enfatizando la oposición entre dos contertulios. En el caso de Risto y FJL es más difícil diferenciar el personaje y la persona. Sus opiniones y actitudes se basan en razonamientos totalmente personales y subjetivos. La singularidad de su postura es comprobable, dado que ninguno de sus homólogos (otros miembros del jurado en el caso de Risto, otros presentadores de tertulias si hablamos de FJL) alcanza tan alto grado de descortesía en sus parlamentos. Sin embargo, también se hace patente en sus palabras cierta

pose agresiva, ya que son conscientes del medio en el que están, y de que esta tendencia a la “espectacularización” violenta atrae a la audiencia y tiene cierta repercusión mediática. La mayor diferencia que encontramos entre estos personajes es el tipo de discurso en el que se mueven. Mientras que las críticas de Risto se enmarcan dentro de un programa juvenil de entretenimiento, las de FJL tratan sobre temas sociales y políticos de enorme seriedad y relevancia. Esta circunstancia provoca que los efectos descorteses que se derivan de las palabras del presentador de “La Mañana” adquieran una mayor gravedad.

Por otro lado, debemos señalar que, cuando la ideología se pone en juego, la descortesía se hace más patente. Así, ya sea como contenido discursivo, como intención persuasiva del hablante o como característica contextual de los participantes, este factor supone un potenciador del efecto descortés en todo tipo de discurso. El contenido ideológico propicia el enfrentamiento entre grupos contrarios porque, como ya hemos afirmado, el hablante intenta estrechar los lazos afiliativos con los suyos (*nosotros*), no solo ensalzando los valores que le son propios, sino también desprestigiando las ideas y acciones protagonizadas por los otros (*ellos*).

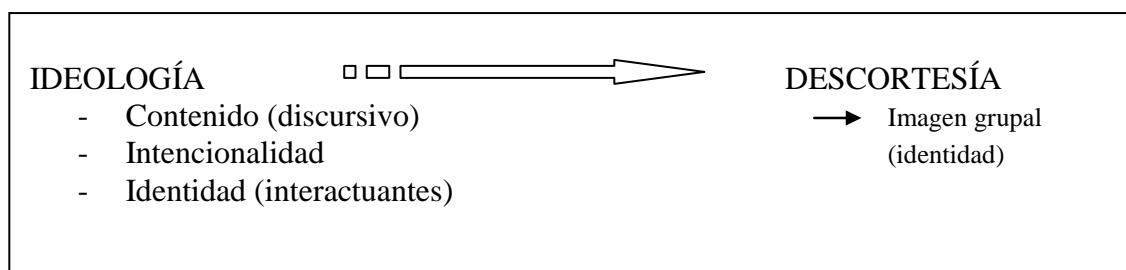
[...] en el discurso ideológico, lo actores sociales tratan de legitimarse a sí mismos siendo desconsiderados con sus oponentes potenciales o directos porque no les importa lo que ellos puedan pensar, aunque en lo interno de cada grupo puedan afiliarse y aceptar cualquier uso del lenguaje, porque se sienten poseedores de una “verdad” y de una “moral” que los une” (A. Bolívar, 2010: 52).

La ideología es, por tanto, uno de los motores que propicia que en el discurso de FJL se potencien las estrategias que buscan dañar la imagen de ciertos políticos líderes de grupos ideológicos concretos. De la misma forma, y como consecuencia de estos ataques, no solo pueden verse perjudicados esos personajes de los que se habla, sino también cierto sector de la sociedad que comparte los valores que el político defiende, y por los que verá dañada su imagen grupal y de identidad ideológica. Es decir, el daño producido por el discurso de FJL también puede recaer sobre cierto sector de la ciudadanía que no comparte sus ideas, aunque bien es cierto que poco le preocupa esto al periodista, ya que este sector no suele formar parte de su audiencia habitual, y, como el político, tan solo se hace eco de su discurso por medios de vías indirectas o de manera esporádica.



Así, a pesar de que en el discurso mediático el oyente es diverso, la imagen que realmente preocupa al hablante ideológico es la de los miembros del *endogrupo*, de su audiencia habitual, con la que comparte ciertos valores y con la que desea estrechar los lazos afiliativos y de consideración (autonomía).<sup>126</sup>

La ideología, por tanto, ya sea como contenido discursivo, ya sea como intención persuasiva o, en última instancia, como características de los interactuantes<sup>127</sup>, supone un factor clave a la hora de potenciar la aparición de la descortesía:



**Gráfico 28. La ideología como factor potenciador de descortesía.**

Podemos hablar, por tanto, de que en los comentarios editorializantes de FJL encontramos una *descortesía mediático lúdica de base ideológica*.

Dedicaremos el apartado (5.2.) a analizar este tipo de descortesía, que se pone de manifiesto a través de cuatro macro-estrategias: la intensificación de la opinión, la descalificación, la imposición y la expresión del desacuerdo.

Pero antes creemos conveniente dedicar un apartado (5.1.) al tipo de imagen que se pone en juego en el *comentario editorializante* llevado a cabo por FJL, ya que, independientemente de las estructuras que el periodista utiliza, el contenido semántico de su discurso es esencial a la hora de interpretar estos enunciados como descortesés.

<sup>126</sup> D. Bravo- L. Granato (2001) afirman que “las características de la ‘formación en grupos’ pueden producir comportamientos de doble valor: socialmente positivo hacia el propio grupo y negativo hacia el grupo ajeno” (17).

<sup>127</sup> En el gráfico siguiente usamos el término *identidad*. Este concepto hace referencia a un conjunto de creencias que uno mismo posee sobre sus propias cualidades y atribuciones (B. Simon, 2004). La identidad está constituida, a su vez, por una serie de características, como la rasgos de la personalidad, habilidades, características físicas o de comportamiento, ideologías, roles sociales, afiliaciones lingüísticas o grupales (H. Spencer Oatey, 2007).

### **5.1. La imagen atacada. El contenido semántico de los enunciados descorteses**

El contenido de los enunciados emitidos por FJL será clave a la hora de evaluar el efecto descortés de los mismos. Según el contenido de la crítica, el ataque puede ir dirigido a las diferentes facetas en que se divide la imagen del receptor: su imagen social básica, su imagen de rol en cualquiera de sus variantes, o incluso su imagen grupal. En ocasiones, el contenido proposicional no será suficiente para interpretar como descortés estos enunciados. Los ataques que se ciñen, por ejemplo, a la mala gestión o a ciertas equivocaciones que el personaje puede cometer desde su rol de político están permitidos en este tipo de texto crítico. Así, la descortesía surgirá aquí a partir de ciertas estrategias lingüístico-discursivas que intensificarán, por ejemplo, la fuerza ilocutiva de los mismos. Sin embargo, en otras ocasiones la aparición de la descortesía proviene esencialmente del contenido discursivo del enunciado, por ejemplo, cuando se acusa a alguien de cometer actos de una gravedad mayor, como mentir o robar.

#### **5.1.1. Ataques a la imagen de rol**

##### **5.1.1.1. Ataques a la imagen de rol como profesional**

Lo normal en este tipo de textos en los que un periodista comenta y analiza la actualidad política será que las críticas se centren en la labor profesional de las personas de las que habla. Los juicios de valor del periodista van dirigidos, en su mayoría, hacia los políticos, aunque también se puede juzgar una actuación de otro tipo de profesionales como los jueces, abogados o los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado. Este tipo de ataques va dirigido a diferentes facetas dentro de esta imagen de rol del personaje aludido:

#### A) Poner de manifiesto la incapacidad profesional

FJL suele poner en duda la capacidad profesional de ciertos cargos para ejercer sus funciones, destacando su incompetencia y falta de preparación. Se centra, sobre todo, en los miembros del Gobierno socialista:

62. Si ha llegado Leire a Ministra cualquiera puede ser ministro↓ (Es Radio, 02-11-10)

A la oposición, sin embargo, se le critica que, aunque posee una mayor preparación, no trabaja lo suficiente:

63. Haz el favor de trabajar más de diez minutos al día↑/ prepararte las declaraciones↑/ mira que insisto en lo de/ es que siempre es lo mismo↑// es que son más vagos/ que qué sé yo↑ (Es Radio, 10-11-10)

En el siguiente ejemplo aparece esta doble estrategia con respecto a ambos grupos: los miembros del PP no trabajan, pero es que los del PSOE son inútiles. Desde un punto de vista escalar, la crítica dirigida a los socialistas es mucho más grave, ya que se basa en aspectos permanentes, propios de la naturaleza de dicho grupo, y que, por tanto, no podrán ser enmendados. Los ataques al PP, sin embargo, suelen hacer referencia a aspectos coyunturales, no intrínsecos al propio grupo o persona integrada en él. Es decir, la primera crítica hace referencia a un comportamiento que puede cambiar (pueden trabajar más), sin embargo, la segunda alude a una forma de ser irreversible (son inútiles, no están capacitados):

64. Yo reconozco que estoy superado por el grado de estulticia de la clase política↓/// es verdad que LO PEOR es tener en el Gobierno a esta pandilla de inútiles↓/ pero vamos es que a la oposición→/ se le ven unas ganas de arrimar el hombro→ (Es Radio, 01-12-10)

Esta diferenciación entre la *crítica a lo sustancial* (PSOE) y la *crítica a lo coyuntural* (PP) se extiende a todas las facetas en las que estos partidos son atacados: los socialistas son malos gestores/ los populares pueden equivocarse en gestiones concretas, los primeros son malos por naturaleza/ entre los segundos hay algunos cuyo comportamiento no es ético, estos son mentirosos/ aquellos han mentido alguna vez, etc. Este rasgo diferenciador del discurso crítico de FJL es el responsable de dotar de una mayor fuerza a los enunciados descorteses dirigidos al Partido Socialista, cuya imagen aparece dañada de manera intrínseca, frente a los daños circunstanciales y, por tanto, más atenuados, que sufre la imagen de los populares.

A.1) No cumplir con las obligaciones básicas

Como variante de este ataque que hace referencia a la incompetencia profesional, FJL añade un contenido que supone un grado mayor de descortesía, ya que hace referencia a que estos personajes no son capaces de cumplir con sus obligaciones ni siquiera en lo más básico. El objetivo es arengar a estos a que cumplan con su obligación, a la vez que mostrarlos ante la opinión pública como incompetentes:

65. El Gobierno no ha tomado posición↓/// usted miente/ señor Gabilondo↓/// usted está MINTIENDO↓// porque no/ ha/ tenido/ ni ha tomado/ NINGUNA↓/// ni buena/ ni mala/ ni regular↓/// al revés/ al revés/ ha esquivado/ ha eludido/ sus obligaciones↓ (Es Radio, 13-01-11)

También se puede aludir a las diferentes facetas o aficiones de una persona para juzgar como insuficiente la dedicación a su trabajo. En el siguiente caso, la crítica va dirigida a un famoso juez de ideología contraria al programa:

66. EL juez cineasta/ periodista/ titiritero/ eee// comensal/ colegiante/ es decir/ cualquier cosa menos juez↓ (Cope, 12-04-07)

O se puede hacer aparecer al político, en este caso al presidente del Gobierno, como alguien que se ocupa de temas poco importantes y que ignora, sin embargo, los asuntos más relevantes para la ciudadanía:

67. Una de sus preocupaciones→/ el terrorismo *nada/ por supuesto*↓/// la inmigración ilegal→/ *¡puff, qué cosas*↓!/// el cambio climático↓ (Cope, 16-04-07)

Otra de las obligaciones básicas que se deben exigir a un político es la de proteger a los más débiles, por lo que, si este no lleva a cabo esta acción, su imagen de rol aparece duramente afectada. Esta crítica suele ir dirigida a dirigentes del PSOE, sobre todo en relación a la falta de amparo que, según el periodista, se les asigna a las víctimas del terrorismo:

68. El partido Popular/ el primer y único partido que ha tratado a las víctimas con consideración/ Y NO A PUNTAPIÉS/ como ha hecho Zapatero/ con Peces/ con Alonso/ y sobre todo/ con el malvado Rubalcaba↓ (Es Radio, 26-01-11)

Sin embargo, ciertas actuaciones llevadas a cabo por el Partido Popular con respecto al terrorismo, y que se alejan de la postura del programa, han provocado que estas acusaciones también vayan dirigidas al principal partido de la oposición, al que se le acusa de traicionar a sus votantes y a las víctimas: nos referimos al apoyo del partido a la estrategia antiterrorista del Gobierno, o la decisión de no asistir a ciertas manifestaciones promovidas desde la cadena para mostrar su oposición a este tipo de políticas:

39. Mientras tanto Mariano Rajoy ha consumado su traición a las víctimas del terrorismo (Es Radio, 03-11-07)

El daño a la imagen es mayor cuando se acusa al Gobierno, no ya de no ayudar a las víctimas, sino de atacarlas abiertamente:

69. ¿Pero vosotros qué decís↑?/ *que es que viene la paz*↓/// ¿y qué más decís↑?/ *que hay que soltar a los etarras*↓/// ¿y qué más decís↑?/ *que Otegi es hombre paz*↓/// ¿y qué más decís↑?/ *que hay que acabar con Alcaraz y las víctimas del terrorismo*↓ (Es Radio, 02-11-10)

Es más, como observamos en el ejemplo anterior, también se acusa al Gobierno de estar a favor de los delincuentes con tal de sacar beneficios de algún tipo:

70. HOY MISMO↓/ si estuvierais contra la ETA↓/ en lugar de necesitados de la ETA para hacer/ como que hacéis algo↓/ hoy mismo echabais a la ETA de cuarenta y tres ayuntamientos↓/ y se quedaban sin un euro↓ (Es Radio, 12-01-11)

#### B) Mostrar al otro como parcial o que actúa según su conveniencia

El anterior ejemplo también sirve para ejemplificar las ocasiones en que el presentador intenta mostrar al político como alguien que no actúa de manera justa o según sus principios, sino que se deja llevar por otros factores menos legítimos. M. Kienpointner (2010) considera que este tipo de estrategias que consisten en “accusations of being inherently and permanently biased” (248) suponen la creación de argumentos emocionales que suelen provocar un efecto descortés en el acusado.

FJL crítica, por ejemplo, la discutible separación de poderes, como en el siguiente caso, donde se ataca la imagen de independencia del poder judicial con respecto al poder político. En este caso, el ataque se centra en el presidente del Consejo del Poder Judicial, Carlos Dívar:

71. Da horror ver lo que estás haciendo en el Consejo del Poder Judicial↓/// produce asco ver vuestro comportamiento con Garzón↓/// es repugnante que no os avergoncéis si quiera de que aparezcáis al lado de Rubalcaba que→/ además↑/ os pone medallas PENSIONADAS con pasta por delante↓/// ¿así vais a convencer a la gente de que sois independientes↑?/// ¿poder judicial independiente↑?/// tan independiente como tú de la virtud/ Carlitos↓ (Es Radio, 04-11-10)

En el siguiente caso esta crítica aparece explicitada en la figura de María Emilia Casas, presidenta del Tribunal Constitucional:

72. ¿Pero cómo tiene usted la cara/ de decir que el Parlamento/ *que hay que ver los partidos/ que el Parlamento*↓?/// pero si usted es una criatura de los partidos↑/ si a usted la ha puesto el PSOE y Convergencia↑/ ya ha estado durante (° tres años °)/ engañando a la gente/ faltándonos al respeto de una forma desesperada↑/ NO HACIENDO↑/ no emitiendo la sentencia/ porque le perjudicaba al partido del Gobierno↑/ al partido/ que creo que mira con más cariño su marido↑/// ¿pero cómo se atreve/ a decir que tenían que estar por méritos profesionales↓?/// pero si fuera por méritos profesionales/ usted estaría en una magistratura de trabajo↑/// usted ha presidido el Tribunal Constitucional sin tener/ LA MENOR IDEA/ de Derecho Constitucional↓ (Es Radio, 13-01-11)

O llega a presentar al fiscal general del Estado, Cándido Conde Pumpido, como un mero subordinado del presidente del Gobierno que obedece servilmente sus órdenes:

73. *Cándido di sí*↓/// *Ya lo hago/ Zapatero/ presidente*↓/ *vamos a soltarlo*↓ (Cope, 16-04-07)

Pero el cuarto poder tampoco se queda fuera de la crítica. Se ataca a la imagen, por tanto, de otros medios, por no actuar con imparcialidad, sino guiados por la intención de acercarse siempre al político que gobierna:

74. Señores de Vocento [...] estáis siempre con el poder↓ (Cope, 11-04-07)

De la misma manera, también se ataca a los políticos, repercutiendo negativamente en su imagen de independencia y en su personalidad, ya que se les hace aparecer como dóciles o aborregados ante dirigentes de otras potencias extranjeras económicamente más poderosas. El siguiente ejemplo está relacionado con la visita de la canciller alemana, Ángela Merkel, a nuestro país:

75. Es difícil comportarse/ de una manera/ más servil↓// más cercana/ a un chihuahua/ o a un perrito pequinés que como lo hizo ayer el despótico Gobierno de Zapatero↓/// o sea con los fumadores mucho↓// si ayer/ Merkel/ saca un puro→/ hacen obligatorio fumar en las escuelas↓/// ¡qué ejercicio de servilismo! (Es Radio, 04-02-11)

C) Mostrar al otro como ingenuo/ astuto

El periodista juega continuamente con la oposición entre el PP, a cuyos miembros suele llamar tontos, frente al PSOE, a los que etiqueta de listos. Haciendo un análisis semántico, el significado denotativo con valor positivo va asignado al PSOE, el negativo al PP. Pero las connotaciones que desprenden son distintas. Se habla de tontos como inocentes, que si han hecho algo malo ha sido por torpeza o inconsciencia; sin embargo, a los miembros del PSOE se les tilda de listos en el sentido de astutos, sibilinamente inteligentes. Por tanto, aquí el contenido denotativo de los términos y la repercusión argumentativa de los mismos no solo van parejos, sino que son inversos.

76. ¿Es tonto el PP↑?/ dirán ustedes/ no tengan la menor duda↓ [...] Pero como gestores eran mucho mejor que estos del PSOE↓/ eran decentes↓ [...] A veces se caían de la mata↓/ eran imbéciles↓ (Cope, 10-04-07).

En el siguiente ejemplo, a pesar de que el insulto va dirigido al PP, la mayor carga peyorativa va dirigida al grupo socialista, ya que el periodista afirma que los partidos de izquierdas se vuelven más violentos cuando ejercen la oposición. El PP, sin embargo, aparece como un partido ingenuo, incapaz de darse cuenta de esa circunstancia:

77. Cuando lleguéis al poder os van a triturar↓/ otra vez↓/ lelos↓/ que es que sois lelos↓ (Es Radio, 14-01-11)

D) Mostrar al otro como indeciso, que no actúa

Otras de las críticas que se dirigen exclusivamente al PP es la de mostrarse indeciso, dubitativo a la hora de realizar determinadas acciones o afrontar decisiones. Según el presentador, estas dudas suelen derivar en un estatismo cobarde y poco comprometido con los valores del partido, que son, en teoría, los de la cadena. El periodista recuerda con cierta nostalgia el pasado del PP, donde sus miembros llevaban a cabo una política más decidida en la defensa de ciertos valores de derechas, y que ejercían una oposición más contundente con respecto al Gobierno socialista. Así, cuando se critica al partido o a su líder de falta de acción, se les está conminando a llevar a cabo acciones que estén más en consonancia con la línea que se defiende desde el programa:

41. Y usted/ D. Mariano/ decídase↓/ para variar/ decídase↓ [...] Aclárese/ D. Mariano↓ (Cope, 11-04-07)

Alberto Ruiz Gallardón<sup>128</sup>, alcalde de Madrid y miembro del PP, encarna para el periodista toda esta nueva línea del partido que ha supuesto cierta degeneración del mismo, de ahí que se invite al Rajoy a no actuar de la misma forma que él:

34. Aclárese/ Don Mariano↓/// si usted quiere jugar a Gallardón// y decir *lo que diga el ABC y lo que diga Polanco*↑/ *en los trenes estalló Goma Dos Eco/ y vale ya*↓// pues dígalos/ y así quedará tan en ridículo como el infausto Alcalde de Madrid↓ (Cope, 11-04-07)

E) Mostrar al otro como mal administrador

Un recurso muy efectivo, sobre todo en tiempos de crisis económica, consiste en tildar a los políticos, a los que se pretende desprestigiar, de que no saben administrar la economía. Esta estrategia tiene gran repercusión en la audiencia, ya que el dinero que manejan los políticos pertenece a toda la ciudadanía. Como es lógico, esta crítica irá dirigida casi

---

<sup>128</sup> Los ataques a este político llegaron a tal grado de contundencia, que el periodista fue condenado por injurias y faltas al honor tras perder una demanda impuesta por el mismo.



exclusivamente al Gobierno, que es quien se encarga de gestionar los impuestos.<sup>129</sup> En este caso aparece personificada en la figura del presidente, José Luis Rodríguez Zapatero:

78. Pues sí/ sí/ hijo/ tú es que has echado a perder/ todo lo que heredaste↓// ruina/ que eres un ruina↓ (Es Radio, 01-02-11)

F) Mostrar al otro como alguien que miente o engaña

Cuando el periodista hace aparecer a alguno de los personajes de los que habla como un mentiroso o como alguien que intenta engañar a los demás, la imagen de este se ve dañada no solo en su rol de político, ya que este es un comportamiento censurable desde un punto de vista más general. Sin embargo, hemos decidido colocar ese tipo de crítica dentro de este apartado debido a que estos contenidos se vuelven especialmente graves y dañinos si son asignados a personas que ejercen un cargo público, donde la honestidad y la sinceridad, principalmente en la relación con los ciudadanos ante los que se deben, son requisitos indispensables. Pensamos, por tanto, que asignar a alguien un comportamiento no sincero o no honesto supone por sí mismo, en la mayoría de las situaciones, un daño grave en su imagen, más aún si el portador de la misma ejerce un cargo de función pública.

Acusar, por tanto, a alguien de faltar a lo que P. Grice (1975) llamaba máxima de cualidad supone mostrarlo como una persona que no coopera con sus principales interlocutores, es decir, con sus votantes. Es más, en la mayoría de las acusaciones, la gravedad de esta se intensifica, ya que el político aparece como insincero debido, no a un intento educado por evitar una amenaza, lo que se llama mentira piadosa, sino a beneficios personales y réditos electoralistas. Debido a la gravedad de este tipo de contenidos, estos son generalmente asignados a grupos ideológicamente opuestos al hablante. Normalmente los ataques van dirigidos al PSOE, en un claro agravio a la imagen grupal del partido:

79. Mentís/ bellacos/ mentís↓ (Cope, 16-04-07)

---

<sup>129</sup> También se suele atacar, en este sentido, a dirigentes de ciertos gobiernos autonómicos o locales. Es el caso de Alberto Ruiz Gallardón (PP), al que se critica crítica continuamente por su mala gestión económica al frente del ayuntamiento de Madrid.

Este ataque a la imagen grupal también puede encarnarse en la figura de su líder, el presidente del Gobierno:

9. Desde el 11M tú mismo empezaste a propalar la mentira que estamos viendo en este juicio hasta dónde llega↓/// tú/ Zapatero/ tú sí que eres un arma de destrucción masiva de la verdad↓ (Cope, 23-04-07).

Sin embargo, esta estrategia suele centrarse en la figura de Alfredo Pérez Rubalcaba, político que ha ocupado diferentes cargos en el partido: vicepresidente, portavoz, ministro del Interior... Si el ataque a Zapatero suele consistir en mostrarlo como un político ineficaz e incompetente, a Rubalcaba se le muestra como el cerebro manipulador del partido, cuya estrategia habitual se basa en la mentira previamente planificada. La crítica del periodista, por tanto, también se ve influenciada por los diferentes roles que los políticos ocupan dentro de un mismo partido:

33. Tú/ Rubalcaba/ héroe del 11 M/ fuiste el que mentiste a toda España↓/ desvergonzadamente↓/ veinticuatro horas al día↓/// tú↓ (Cope, 11-04-07)

Una variante de este tipo de ataques consiste en hacer aparecer al político como inseguro o contradictorio en sus afirmaciones. Si alguien se contradice continuamente, hay signos de que no está diciendo, al menos, toda la verdad. Estamos, por tanto, ante una estrategia indirecta para llamar mentiroso al otro, por lo que el efecto descortés se ve atenuado en cierta forma. J. L. Blas Arroyo (2001: 28), en su estudio sobre el lenguaje político, indica que la técnica de tildar al adversario de mentiroso, además de provocar un claro perjuicio en su imagen, posee una alta rentabilidad con respecto a los votantes. Sin embargo, considera que esto se puede expresar de manera más suave indicando que el otro tan solo recae en contradicciones:

80. Ayer dijo una cosa y la contraria con veinte segundos de diferencia↓/// dirán ustedes/ *no puede ser*↓/// pues sí señor↓ (Es Radio, 03-11-10)

Si la mentira es un acto puramente lingüístico, el engaño se puede llevar a cabo mediante otras herramientas, ya que, como aparece en el *DRAE*, supone “inducir a alguien a

tener por cierto lo que no es, valiéndose de palabras o de obras aparentes y fingidas”<sup>130</sup>. Así, una variante del engaño consiste en la manipulación, sobre todo de los medios de comunicación a través de los que estos políticos se muestran ante la ciudadanía:

81. Como es un ser que carece de escrúpulos→/ le parece que los medios están para manipularlos↓/ no manejarlos siquiera↓/ no/ no/ manipularlos↓ (Es Radio, 02-11-10)

De la misma forma, la falsificación también supone un engaño, más grave aun si cabe, porque suele tener como objeto pruebas pertenecientes a asuntos legales. No solo se engaña a la ciudadanía, por tanto, sino también a los jueces, por lo que la imagen del partido o político aparece enormemente perjudicada:

82. ¿Cuántas pruebas que hacían referencia a ETA ha falsificado este Gobierno↓/? ¿La policía de este Gobierno↑? (Cope, 16-04-07)

#### **5.1.1.2. Ataques a la imagen de rol como ciudadano**

En este apartado nos referiremos a los ataques a la imagen del referente en los que se alude a una falta de valores positivos más generales, o muy adscritos a una determinada comunidad. Nos referimos a ideas como la libertad, la legalidad o la democracia, principios de enorme valía y consideración dentro de nuestra sociedad, por lo que mostrar a cierto individuo como falto de ellos supondrá proyectar una imagen muy negativa de este ante los ciudadanos. El claro efecto descortés se produce, por tanto, debido al enorme ámbito de validez de los valores que aquí se ponen en duda. Por supuesto, este efecto dañino buscado por el periodista es aun mayor, debido a que el objeto discursivo ejerce, además, un cargo público. Observamos, por tanto, cómo son varias las imágenes o las facetas de su identidad que pueden verse negativamente afectadas.

##### **A) Mostrar al otro como que está en contra de la libertad**

La alusión a este tipo de contenidos reviste el enunciado de una gravedad tal, que solo suelen asignarse a los grupos con los que ideológicamente el periodista se distancia más. Uno

---

<sup>130</sup> En la versión electrónica de su vigésimo segunda edición.

de ellos, es, como ya hemos visto, el PSOE, aunque, en esta ocasión, se centra el ataque en alguno de sus miembros:

57. Rubalcaba es Rubalcaba y por lo tanto es embustero y un tirano↓/ lo fue ayer pero lo ha sido siempre↓ (Es Radio, 17-11-10)

En este sentido, el hablante se muestra especialmente beligerante con los partidos nacionalistas. Estos aparecen como grupos que solo buscan la defensa de sus valores territoriales, aunque ello conlleve el menoscabo de otros principios más universales como es el que aquí estamos tratando:

83. El PNV es un partido de matones/ liberticida↓ (Cope, 16-04-07)

B) Mostrar al otro como que está en contra de la ley

Si mostrar a cualquier persona como que no cumple la legalidad supone un ataque claro a su imagen personal, si esta es un político, el perjuicio es aún mayor ante la ciudadanía.

84. Bien/ Pepiño/ pues la leyes las incumples tú/ en primer lugar↓/ luego tu gobierno↓/ y de después tus amigos los nacionalistas↓ (Es radio, 26-11-10)

C) Mostrar al otro como que está en contra de la democracia

Lo que en principio no era más que un sistema político más se ha erigido en los últimos tiempos en un valor universal para la mayoría de las sociedades del mundo. Así, hoy día, al hablar de democracia, estamos haciendo referencia a un principio moral de una validez general similar al de otros como la libertad o la igualdad. Por ello, este tipo de críticas en las que se muestra a alguien como no democrático supone un grave perjuicio para su imagen:

58. Tú estás más cómodo en una dictadura camuflada que en una democracia de verdad↓/// tú lo que quieres es lo de aquí/ que los partidos dicen a la gente lo que pueden y no pueden votar/ y no como allí/ que la gente dice a los políticos lo que quiere y no quiere que hagan↓/// vamos↑/ que a ti la democracia no te gusta/ Mariano↑/ si lo veníamos viendo↓ (Es Radio, 04-11-10)

Una variante sería hacer aparecer a un determinado grupo como a favor de la democracia, pero siempre que este sistema sirva a sus propósitos particulares:

85. Para vosotros la democracia→/ como dijo Pablo Iglesias/ cuando llegó al Parlamento→/ os sirve/ mientras sirva/ a vuestros propósitos↓/// y si no adiós↓/// (Es Radio, 13-01-12)

### **5.1.2. Ataques a la imagen básica**

El periodista intenta desacreditar a ciertos individuos haciendo referencia a aspectos más personales, algunos incluso en nada relacionados con su actividad profesional. El enorme efecto descortés se produce en estos casos debido a que la crítica supera lo estrictamente político, para pasar al terreno de lo privado. El periodista transgrede de esa forma la norma propia de este tipo de discurso. En la crítica periodística de tema político está permitido cierto ataque a la imagen del personaje en cuanto a la realización de las actividades que derivan de su oficio, pero no la descalificación personal referida a aspectos perteneciente a un ámbito más íntimo. Así, nos situamos aquí ante una exposición extrema de la llamada falacia *ad hominem*, debido a que el hablante no suele valerse ya de la más mínima argumentación lógica, sino que centra su estrategia de manera exclusiva en la descalificación y el insulto<sup>131</sup>.

En este tipo de ataques no importa tanto el contenido de lo dicho, como el efecto perlocutivo que esta descalificación supone para el personaje del que se habla. Es decir, nos encontramos ante estrategias que, más que buscar el descrédito del político a través de la crítica pensada, razonada y matizada hacia este, pretenden mostrar la beligerancia del periodista ante este sector, a la vez que, por supuesto, hacer mella en su imagen delante de su audiencia. Así, creemos que, cuando el hablante hace alusiones despectivas, por ejemplo, al físico de cierto político, o afirma que cierto personaje no está cuerdo o es analfabeto, pretende, sobre todo, trasladar cierto efecto negativo a sus oyentes. La imagen del político quedará, por tanto, dañada. Sin embargo, el objetivo principal del periodista consiste en, mediante su actitud de mostrarse claramente beligerante con respecto a este, fortalecer su papel de comunicador independiente y con personalidad. Por ello, estas estrategias en las que

---

<sup>131</sup> Las diferencias entre términos como insulto, descalificación y acusación las estudiaremos en (5.2.2.), donde estos fenómenos se analizarán como estrategias verbales de descortesía. Ahora solo nos interesa señalar el contenido semántico de estos enunciados, así cómo a qué tipo de imagen afectan.

se ataca a la imagen de los políticos en aspectos externos a su labor, así como en relación a cualidades más personales, se convierte en la estrategia de autoimagen más eficaz para el hablante. Es, por tanto, el insulto gratuito y exagerado el principal material con el que se forja la máscara descortés que el hablante se coloca ante su audiencia.

#### A) Alusiones al físico

Una de las máximas conversacionales de P. Grice (1975), concretamente la llamada máxima de relación, hace referencia a que se supone que el hablante debe aportar informaciones relevantes con respecto al tema que se está tratando. De este modo, las referencias al físico de los personajes de los que se habla suponen, en un texto como este, de crítica política, una clara falta a este principio.

FJL utiliza estos ataques al físico con la intención de mostrarse claramente violento e impertinente con respecto a estos personajes públicos, y seguir así cultivando esta imagen de brusquedad y contundencia delante de su audiencia. En relación a esto, M. Kienpointner (2008: 248) considera que hacer alusiones al físico de los interactuantes supone un subtipo de argumento *ad hominem*, y su uso propicia la interpretación descortés del enunciado.

Estas alusiones físicas pueden centrarse en la dentadura, el escaso pelo o la talla de los protagonistas:

86. Esta mujer tampoco está bien↓// salvo de dentadura/ que está estupenda↓ (Es Radio, 22-11-10)

87. ¿Y de esto quién tiene la culpa↓?/ el mismo que de todo/ el Gobierno↓/// no no solo Zapatero ¿eh↑?/ o sea ahí hay un tinglado↓/ Mafo<sup>132</sup>/ Miguel Ángel Fernández Ordóñez/ del Banco de España/ que es la liviandad/ hecha calvo↓/ y luego/ en el ámbito de las cajas de ahorros los partidos políticos y los sindicatos↓ (Es Radio, 01-12-10)

88. Batasuna es una parte de ETA y por eso está ilegalizada por el Supremo/ conviene recordárselo al orondo ministro de Justicia y al escuálido ministro del Interior↓ (Es Radio, 12-01-11)

---

<sup>132</sup> Apodo utilizado en el sector financiero para referirse a Miguel Ángel Fernández Ordóñez, gobernador del banco de España.

Como una variante de este ataque al físico podemos citar casos en los que el periodista intenta desprestigiar a cierta persona ridiculizando su forma de vestir. En el siguiente ejemplo se refiere a Alberto Ruiz Gallardón, alcalde de Madrid:

89. Ahora le ha dao por vestirse/ a la moda de Chicago↓/// apareció en eeel/ la cabalgata de los Reyes magos/ con un BORSALINO/ que vamos↓/ es comooo/ Alain Delon en las películas de Stavinsky↓/ en los años treinta/ pero en feo/ claro↓/// Alain Delon era guapo/ se podía poner ese sombrero/ el sombrero de paja/ y raparse→/// Gallardón se ponga lo que se ponga pues Gallardón↓ (Es Radio, 14-01-11)

B) Mostrar al otro como falto de las cualidades racionales fundamentales (*loco*):

Mostrar al político como no cuerdo es una forma de poner de manifiesto lo absurdo o inadecuado de ciertas acciones o decisiones que este lleva a cabo. Esta crítica suele ir dirigida al PSOE. En este caso, el periodista se refiere a Trinidad Jiménez, ministra de Exteriores:

90. Esta tampoco está bien de la cabeza↓ (Es Radio, 22-11-10)

También puede utilizar esta estrategia para mostrar lo poco conveniente que resulta que una persona con ese problema ejerza un determinado cargo:

91. Es que/ claro↓/ hacerlo ministro de la Presidencia cuando lo que necesita es un psicólogo→ (Es Radio, 22-11-10)

C) Mostrar al otro como lujurioso o libidinoso:

Aunque no supone una táctica habitual del periodista, en alguna ocasión encontramos que este intenta dañar la imagen del político haciendo referencia a sus inquietudes o deseos sexuales. La escasa relación de este tipo de contenidos con respecto al tema político, así como la indiscreción que conlleva, provoca que estos enunciados supongan un grave ataque al dirigente, y que este los interprete como claramente descorteses.

En el siguiente ejemplo FJL se refiere al portavoz de CIU en el Congreso, José Antonio Durán i Lleida:

92. ¿Pero no habías hecho los tres votos de castidad/ pobreza y obediencia↑?/ no has obedecido ni a Pujol↓/ de la castidad hombre te recordamos/ mirándole el escote a la reportera de la Cuatro hace un mes/ diciendo/ ¿llevas sujetador↑?// esto debe ser por la parte de la castidad↓ (Es Radio, 27-01-11)

Este tipo de de críticas son consideradas incorrectas o poco adecuadas, ya que se alejan mucho de la labor propia del periodista que participa en un espacio de comentario político. Dicha inadecuación hace que estos enunciados aparezcan como marcados en este contexto, y, por tanto, como altamente descorteses.

D) Mostrar al otro como inculto, no estudiado, sin formación

Aunque ya hicimos referencia a los ataques a las supuesta falta de preparación de determinados políticos, creemos que en los ejemplos que siguen nos encontramos ante un contenido distinto. La exagerada carga peyorativa que encontramos nos hace sospechar que, más que transmitir al oyente la imagen de la incapacidad del político, el hablante desea, a través del efecto perlocutivo del enunciado, mostrar ante la audiencia su clara oposición ante el mismo.

93. El presidente del Gobierno de facto y distinguido analfabeto↓ (Es Radio, 01-11-10)

El hecho de que se dirija al presidente del Gobierno no ya como no preparado, sino abiertamente como analfabeto, nos hace sospechar que el hablante busca eminentemente mostrarse agresivo con el político, y cultivar así esa pose beligerante frente a su audiencia. Por supuesto, la imagen del político no sale beneficiada, ya que estos insultos van haciendo mella de manera reiterada en los oyentes.

El partido de la oposición también sufre esta serie de ataques, ya que su presidente puede aparecer como falto de inteligencia:



94. Ayer Mariano dio un recital de estupidez/ de falta de preparación/ de ignorancia enciclopédica y de cara dura↓ (Es Radio, 04-11-10)

Ni siquiera los jueces están a salvo de este tipo de ataques a su imagen:

95. Y dice Garzón que están en peligro/ dice/ LAS PLAZAS de Ceuta y Melilla↓/// son ciudades→/ y son autónomas→/// plazas de soberanía eran en tiempos de Franco↓/ Baltasar→/// y al-Ándalus→/// a ver si te enteras↓/ te alfabetizas un poco→ (Cope, 12-IV-07)

Especialmente dañinos resultan los ataques referidos a ciertos defectos congénitos de audio-escritura. Mediante su utilización, el hablante vuelve a faltar al principio de relevancia con respecto al tema tratado. Es más, estas alusiones que aparecen como un comentario añadido dejan a su paso cierto grado de denigración en la imagen del político. Son contantes, por ejemplo, las referencias a la dislexia del vicepresidente del Gobierno, Manuel Chaves:

96. Le ha faltao decir Tomás/ y no digo más↓/ que es lo que dijo el incomparable disléxico andaluz/ cuando presentó al candidato de Madrid↓ (Es radio, 13-01-11)

E) Mostrar al otro como falto de existencia (la no imagen):

Una variante de estos ataques a la imagen básica del individuo consiste en mostrar al otro como falto de una cualidad tan esencial como es la propia existencia. Se utiliza la metáfora consistente en afirmar que el otro no existe, no es, y esto se debe a que se le presenta como alguien que ha perdido toda relevancia o interés en el mundo político.

El continuo descrédito que ha sufrido en los últimos tiempos el presidente del Gobierno, sobre todo tras su drástica caída en las encuestas, ha hecho que este haya sido cuestionado hasta desde su propio grupo. Tanto es así, que incluso se ha llegado a afirmar que la tarea de dirigir el partido es llevada a cabo *de facto* por otro miembro del mismo, el ministro Rubalcaba. El periodista aprovecha, por tanto, esta circunstancia para robar la cualidad de ser, de existir a Zapatero:

97. Zapatero ya no existe↓ (Es Radio, 27-10-10)

Esta serie de afirmaciones conlleva un alto grado descortesía, ya que, en el mundo de la política, aun peor que te asignen cualidades negativas es que afirmen que tu relevancia es tan escasa que ni siquiera apareces, que ni siquiera existes.

El periodista también pone de manifiesto el supuesto fin de la carrera de ciertos políticos mostrándolos como personajes que ya han muerto. Para estos casos, es común en el lenguaje político el uso de la expresión “cadáver político”:

98. Estás más tieso que la mojama/ Mariano↓ (Es Radio, 04-11-07)

Este tipo de contenidos también sirve al periodista para vaticinar la escasa trayectoria que le espera a cierto político:

99. Entre Mariano y laa astuta Cospedal/ han fabricado esta candidata que antes de empezar la campaña ya está quemada↓/ liquidada chamuscada triturada aventada↓/ no existe↓ (Es radio, 10-01-11)

O incluso se habla de que ciertos colectivos, como los jueces, no existen por sí mismos, sino que son meros apéndices del Gobierno, mostrándolos como faltos de independencia:

100. Los jueces de España↓/ los de la audiencia al menos↓/ no existen↓/ son apéndices del Gobierno↓ (Es Radio, 4-11-10)

Una variante de esta fórmula es la de mostrar al otro como falto de ciertas cualidades básicas. Es decir, el político existe pero no es humano (cosificación). En el siguiente caso, por ejemplo, el periodista critica la falta de cualidades oratorias de la ministra de Economía:

101. Cuando habla Salgado/ parece una grabación↓/// es como las muñecas que dicen/ mamá↑/ te quiero↑/ mamá↑/ cúrame↑/ mamá↑/ sueño↑<sup>133</sup>/ es así↓/// Dice/ pero esto/ ¿esto qué es↑?/ ¿es un ser vivo↑?/ no hombre no↓/ es un ser de cartón que tiene una cinta↓/ bueno pues/ pues eso↓ (Es Radio, 17-11-10)

---

<sup>133</sup> Imitando a un robot.

El periodista suele negar que cierto grupo posea las características intrínsecas que lo definen. De este modo, su existencia se pone en cuestión, ya que se anulan sus rasgos identitarios esenciales:

102. Estamos en contra de que el Gobierno de España/ aunque no sea Gobierno ni sea de España/ se arrodille ante la ETA↓ (Es Radio, 27-11-10)

### **5.1.3. Ataques a la imagen grupal**

#### **5.1.3.1. Imagen grupal ideológica**

Como ya señalamos, la ideología es uno de los motores que provocan la aparición de la descortesía en los textos de FJL. Esta ideología se pone de manifiesto en el discurso mediante una macro-estrategia de carácter global. Esta consiste en acentuar los aspectos positivos del grupo ideológico propio y atenuar los del grupo contrario, así como suavizar aspectos negativos del grupo propio y enfatizar los del contrario. Nos encontramos ante un tipo de falacia *ad populum*, que Lo Cascio (1998[1991]) define como la que “se da cuando el argumento se apoya en la ventaja de un grupo en oposición a otro” (294).

Así, los ataques a la imagen grupal del contrario serán continuos, sobre todo en cuanto a ideología se refiere. En los ejemplos anteriormente analizados, junto a ataques a la imagen básica o de rol de las personas aludidas, también se veía afectada su imagen grupal. Como observa J. L. Blas Arroyo (2010), puede existir “la posibilidad de que en un mismo enunciado se encadenen ataques a diferentes tipo de imagen” (201).

Debido a la ideología de derechas de la cadena, los ataques irán dirigidos eminentemente al grupo ideológico más cercano a la izquierda, a los que se suele etiquetar de manera burlesca mediante la expresión apocopada *progres*:

103. Ya sabemos que ustedes los progres→/ sobre todo si son curas progres/ como usted↑/ pues consideran que España es/ ilegítima↓ (Es Radio, 13-01-11)

104. Cuando estás/ en quiebra/ lo que no puedes hacer es pedir dinero para gastar↓///claro cómo se lo dices a una señorita progre→/ es muy difícil↓/ siempre han vivido y se creen que sin la aristocracia de la repanocha→/ de laa crema y nata↓/ y son unos horteras con idiomas↓ (Es Radio, 14-01-11)

Como ya comentamos anteriormente, el hablante suele jugar con la oposición entre derechas e izquierdas, asignándole a los que se adhieren al primer tipo de ideología cualidades ligadas a la ingenuidad o la inocencia, mientras que los segundos aparecen como astutos y violentos:

105. Vamos a recordar que hay una tradición/ de que la izquierda/ agreda/a la derecha↓/ y de que la derecha no sepa defenderse↓ (Es Radio, 17-01-11)

### **5.1.3.2. Imagen grupal como partido**

Las alusiones a la imagen grupal ideológica, a la izquierda y a la derecha, también puede verse explicitada en los dos principales partidos que representan en España estas dos tendencias: el PSOE y el Partido Popular. El primero sigue apareciendo como malvado, el segundo como ingenuo o inocente:

106. Si los del PP no fuerais unos gilís→ (Es Radio, 13-01-11)

107. Y en estos casos ya se sabe lo que hace el Partido Socialista↓// violencia callejera/ y violencia↓/// lo ha hecho siempre ¿eh↑? (Es Radio, 14-01-11)

De la misma forma, el hablante suele mostrar al PSOE como un partido por naturaleza inmoral, guiado por el afán de poder y de dinero:

108. Un PSOE antisistema es el PSOE de siempre/ pero con la ferocidad/ del que está en ayuno/ de la nómina/ del chollo↓ (Es Radio, 17-01-11)

Para llevar a cabo estas críticas, el hablante se vale de creencias o ideas estereotipadas que cierto sector de la sociedad posee acerca de los partidos o grupos de izquierdas. El periodista, por tanto, intenta conectar con cierto sector de la sociedad posicionado

ideológicamente en un lugar opuesto a estos grupos. A su vez, pensamos que este tipo de enunciados contribuye a crear o renovar estos prejuicios destinados a intensificar el enfrentamiento maniqueo y extremo entre las denominadas “dos Españas”. Del mismo modo, esta polarización de su discurso va destinada a transmitir al oyente cierta sensación de fuerza y claridad. Su enunciación, por tanto, aparece reforzada, y la imagen que proyecta a su audiencia es la de un periodista con carácter, que expresa sus ideas sin ambages ni dubitaciones.

Aunque, como ya hemos visto, también se puede atacar al PP si se considera que este grupo está faltando a los valores que le son propios, y que son los que se defienden desde la cadena. Estas críticas hacen referencia a cierto sector del partido que, según afirma FJL, está traicionando los valores originales del mismo. En el siguiente ejemplo este ataque se personifica en la figura de su actual presidente, Mariano Rajoy:

109. Mariano/ eres una ruina para la derecha/ eres una ruina↓/// en este año te has cargao al PP↓  
(Cope, 12-01-09)

El ataque no es tanto a la imagen del grupo como a la de algunos de sus miembros, en especial su líder, que faltan a los principios que se solían defender desde el mismo. Así, la imagen del partido queda, en cierta manera, protegida, ya que aún alberga a ciertos políticos que, según el periodista, no han cambiado de principios.

54. En el PP sigue habiendo muchísima gente que está donde estaba/ hace cinco años↓// no muchos↓ (Es Radio, 08-11-10)

En definitiva, se intenta presionar a los populares a que cambien de rumbo, a que mantenga una política más radical y más cercana a la ideología de derechas. De no ser así, el periodista continuará desacreditando a estos políticos ante su audiencia, una audiencia que, debido a su perfil ideológico, es factible que vote a dicho partido.

Estas estrategias destinadas a proteger al partido y consistentes en centrar las críticas exclusivamente en miembros concretos de este no ocurren, como hemos visto anteriormente, cuando el periodista ataca al PSOE. En estos casos el ataque a cualquiera de sus miembros tiene como finalidad desacreditar la imagen del partido completo.

De la misma forma, es normal que se ataque a la imagen de partido de ciertos grupos nacionalistas. Esta es una forma de expresar la ideología centralista que se defiende desde la cadena:

110. Convergència y Unió es conveniencia y unión↓/ con el que conviene→/ como es lógico↓  
(Es Radio, 15-03-10)

56. PNV/ haciendo honor a su trayectoria xenófoba y liberticida↑/ no piensa sancionar al que le pegó una patada en los testículos a A. Aguirre↓ (Cope, 16-04-09)

En definitiva, el hablante pretende atacar la imagen de los grupos o subgrupos más alejados de su ideología. Estos ataques no solo pueden perjudicar la imagen de los político o grupos a los que alude, sin también a cierto sector de la sociedad que se sienta identificado, de manera oficial o no, con los valores que estos representan. FJL es consciente de ello, pero no parece importarle. Se siente cómodo en estos juegos sectarios y maniqueos, en este espejismo de buenos y malos, donde el ataque airado y directo a los grupos contrarios puede suponer un beneficio en su imagen como periodista ante un tipo de audiencia que suele compartir la línea ideológica marcada desde la cadena.

## **5.2. Clasificación y descripción de los recursos verbales utilizados para llevar a cabo las diferentes estrategias**

Para analizar el efecto descortés del discurso de FJL hemos tomado como referencia una serie de estrategias comunicativas que rigen el comportamiento discursivo del hablante. Estas estrategias o macro-planes discursivos se llevan a cabo a través de una serie de recursos verbales, así como mediante la fusión de ciertos factores contextuales que el hablante tiene en cuenta, controla y sabe manejar con la finalidad de diseñar un texto acorde a esta descortesía estratégica que pretende conseguir.

Hablaremos de cuatro macro-estrategias básicas que rigen el discurso de FJL: la intensificación de la opinión, la descalificación, la imposición y la expresión del desacuerdo. De estas, la presencia de las dos últimas puede resultar extraña *a priori*, ya que tanto el imponerse bruscamente al otro a través de mandatos u órdenes, como expresar el desacuerdo a través de actos de habla disentivos, son estrategias que han sido normalmente estudiadas dentro de un marco conversacional, y no como características propias de un monólogo. Sin embargo, y como ya hemos explicado *supra*, estas se llevan a cabo debido a que el hablante recurre a juegos enunciativos en los que se explicita la presencia de este referente o tema discursivo en el texto. Este personaje al que se critica suele parecer reflejado a través de la tercera persona, pero también podemos encontrar estrategias enunciativas en las que se hace referencia a este a través del pronombre *tú* o mediante las marcas verbales de segunda persona, lo que posibilita que el hablante pueda dirigirle de manera directa actos de habla impositivos o disentivos. De la misma forma, esta persona puede aparecer indirectamente en el discurso a través de sus palabras, que aparecen reproducidas, con mayor o menor fidelidad, por parte del hablante. Así, este podrá expresar su desacuerdo frente a ciertas opiniones defendidas por la persona a la que se desea desacreditar.

En el siguiente cuadro intentaremos ilustrar qué elementos debemos tener en cuenta a la hora de analizar la descortesía y el ataque a la imagen en el discurso de FJL:

Estrategia	Elemento lingüístico	Cotexto	Tipo de discurso	Contexto social	Características de los participantes (ideología)	Actividades de imagen/ Intención del hablante
1.Intensificación de la opinión 2.Descalificación 3.Actos impositivos 4.Actos disentivos	Evidenciales/ reformulati- vos/ focalización/ ironía/ parodia/ f. poética/ etc.	Atenuación /intensifica- ción (des)cortesi- a	Comentario editoriali- zante: crítica radiofónica de tema político	Crítica/ conflicto	· Hablante · Oyente: - Directo (audien- cia) - Indirecto (político)	-Autoimagen -Descortesía -Afilación (cortesía)

**Gráfico 29. Elementos que se deben tener en cuenta a la hora de analizar la descortesía en el discurso de FJL.**

Cada estrategia se lleva a cabo a través de unos determinados recursos lingüísticos. Junto a elementos gramaticales, nos referiremos continuamente al contenido proposicional de lo dicho, dado que este constituirá un componente esencial del ataque hacia el otro<sup>134</sup>. De la misma forma, el entorno lingüístico del elemento tendrá un papel relevante, ya que este puede atenuar o intensificar el efecto descortés del enunciado.

Las cuatro últimas columnas suponen una constante en todos los ejemplos. Estas se refieren al tipo de discurso ante el que nos encontramos, el *comentario editorializante* en radio. El contexto, por tanto, se sitúa dentro de un relativo grado de conflictividad que deriva de la crítica que se erige como norma en este tipo de textos y, por tanto, en estas situaciones que poseen cierto grado de conflictividad y polémica. En cuanto a las características de los participantes, cobra especial importancia aquí las afinidades ideológicas. Tanto el hablante como su audiencia habitual se sitúan dentro de un grupo ligado a valores conservadores y

<sup>134</sup> Además de estas referencias, hemos querido reservar un apartado (5.1.) que se centra en el análisis exhaustivo del contenido proposicional de estos textos, así como a qué tipo de imagen social se ataca.



liberales en lo económico. En cuanto a los personajes de los que habla, destinatarios indirectos, será el grado de distanciamiento con respecto a esta ideología lo que provocará la menor o mayor carga de descortesía en el discurso.

Por último, en cuanto a actividades de imagen, sabemos que FJL intenta acercarse afiliativamente a sus oyentes, así como llevar a cabo una serie de actividades de autoimagen que beneficien tanto a él personalmente como a su programa. Para ello, el ataque y la intención descortés hacia su destinatario indirecto serán de vital importancia.

### **5.2.1. La intensificación de la opinión**

Como es normal en ese tipo de discurso, nuestro hablante suele criticar a ciertos personajes públicos relacionados con la actualidad política. Esta crítica puede originarse a partir de las características del personaje -ideología, partido político, personalidad-, o a raíz de determinadas actuaciones que se cuestionan desde el programa. Centrándonos ya en el discurso de FJL, el contenido crítico de los enunciados, lejos de mostrarse como atenuado, viene acompañado de una carga de agresividad que se hace continuamente patente. Así, estas opiniones que contienen juicios negativos de ciertas personas aparecen defendidas con vehemencia a través de aserciones tajantes que, además de otorgar una enorme fuerza al enunciado, presentan lo dicho como irrefutable.

Desde un punto de vista lógico, la aserción se ha relacionado con la adecuación a la verdad de determinados enunciados. Así, un acto de habla sería asertivo si lo dicho es fiel a la realidad. Por otro lado, y partiendo de la teoría de los actos de habla, J. Searle (1986) comenta que, para que un acto sea asertivo, el hablante debe presentar lo dicho como un estado de cosas efectivo. Observamos, por tanto, que, desde un punto de vista estrictamente lingüístico, la aserción se define, no tanto por la adecuación de un determinado enunciado a la realidad externa, sino en la medida en que el hablante presente este como cierto, como real. En palabras de C. Fuentes Rodríguez (2004a), “supone el compromiso del hablante ante lo dicho, la asunción, la suscripción de lo dicho. Y en este sentido refleja la actividad del enunciador” (125).

Una de las causas del efecto descortés del discurso de FJL se debe, por tanto, a que los enunciados que presenta como aserciones firmes hacen referencia no a hechos más o menos refutables de la realidad, sino a opiniones y valoraciones personales sobre las personas de las

que habla. C. Fuentes Rodríguez (2010b) opina al respecto que “cuando estas afirmaciones pertenecen al campo de lo opinable, lo aconsejable es atenuarlas, para no resultar impositivos” (75). Lejos de suavizar dichos enunciados, FJL presenta estos juicios negativos como hechos incuestionables y que están fuera de toda duda. Es más, este ataque a la imagen es aún mayor, ya que, en la mayoría de las ocasiones, esta aserción aparece no de una manera neutra, sino reforzada a través de expresiones categóricas y tajantes. Esto se consigue a través de mecanismos de intensificación.

Diferentes estudios (W. Beinhauer, 1991[1963]; A. M. Vígara, 1992; G. Herrero Moreno, 1991) defienden que la aparición de expresiones intensificadoras en el habla se debe exclusivamente a motivos relacionados con la expresividad propia del discurso coloquial. Sin embargo, M. Albelda (2005a) nos advierte de la imprecisión que supone igualar los conceptos de intensificación y expresividad:

“Sin embargo, la expresión lingüística de la afectividad no se puede reducir al empleo de intensificadores, ni es suficiente la explicación de que los intensificadores expresan la afectividad o las emociones. Expresividad y afectividad son conceptos muy generales y, por tanto, no responden a la pregunta del valor y la finalidad de los hechos comunicativos, como es el caso de la intensificación” (M. Albelda, 2005: 47)

De esta forma, los estudios que mejor han sabido explicar el funcionamiento de la intensificación son los que la han tratado como un fenómeno pragmático (A. Briz, 1997, 1998; R. Meyer Hermann, 1988; M. Albelda, 2004c, 2005a, 2006, 2007). En este sentido, A. Briz (1998) realiza un análisis de esta estrategia prestando especial atención al amplio abanico de finalidades comunicativas por las que puede surgir:

[...] “los intensificadores constituyen en la conversación una categoría pragmática relacionada con la actividad retórica del que habla en relación a un tú no siempre implicado activamente. Más concretamente, se vincula al concepto de fuerza argumentativa, al realce de algunas de las máximas de cooperación (Grice), sobre todo, de la cualidad y pertinencia de las contribuciones del YO” (A. Briz, 1998: 114)

El fenómeno de la intensificación puede afectar, según A. Briz (1998), a:

- Lo dicho: el contenido proposicional y conceptual del enunciado.
- El decir: la fuerza ilocutiva de un acto o la presencia de los interactuantes de la enunciación (YO, TÚ).

Matiza este autor que en el primero de los casos también encontramos, más allá de la propia intensificación semántica, funciones de realce pragmáticas ligadas al *yo*, y con determinados fines conversacionales y argumentativos. En definitiva, la fuerza ilocutiva del enunciado se ve afectada en ambos casos.

M. Albelda (2005a: 188) también se refiere a la intensificación como una categoría pragmática que, además de intensificar el contenido del enunciado, refuerza el compromiso del hablante con lo dicho, lo que tiene clara repercusiones a nivel comunicativo y social. Esta autora define el fenómeno como una estrategia comunicativa consistente en la manipulación de la expresión lingüística y sus significados, y destinada a producir determinados efectos en alguno de los participantes en la interacción (M. Albelda, 2005a: 282).

Entre las motivaciones que llevan a un hablante a utilizar la intensificación de manera estratégica está, según C. Bazzanella et al. (1991: 68-69), o bien convencer al oyente, o bien buscar el enfrentamiento con él. FJL consigue ambas finalidades, debido a la heterogeneidad ya comentada del receptor en los medios: por un lado, convencer a sus oyentes (destinatarios directos) de que sus ideas son las correctas, por otro, mostrarse claramente agresivo con respecto a las personas a las que critica (destinatarios indirectos). Así, la intensificación se erige como una estrategia idónea con respecto a los objetivos del emisor. A través de ella, se dota al discurso de una enorme eficacia y rentabilidad, ya que, al reforzar la verdad de lo dicho, las ideas llegan de manera más efectiva al oyente, y el hablante, por tanto, está más cerca de alcanzar los propósitos comunicativos previstos inicialmente. Este efecto comunicativo que se deriva de la utilización de estrategias de énfasis es denominado “eficacia pragmática” por parte de A. Briz (2003: 18).<sup>135</sup>

Una de las repercusiones comunicativas y sociales de la intensificación es su efecto más o menos (des)cortés. En relación a esto, A. Briz (1998) afirma que esta estrategia de realce puede tener una finalidad cortés, si lo que se pretende es buscar la cooperación con el otro, o, por el contrario, servir para el ataque y el enfrentamiento, si la intensificación conlleva una falta estratégica a este tipo de máximas. En esta misma línea, C. Fuentes Rodríguez

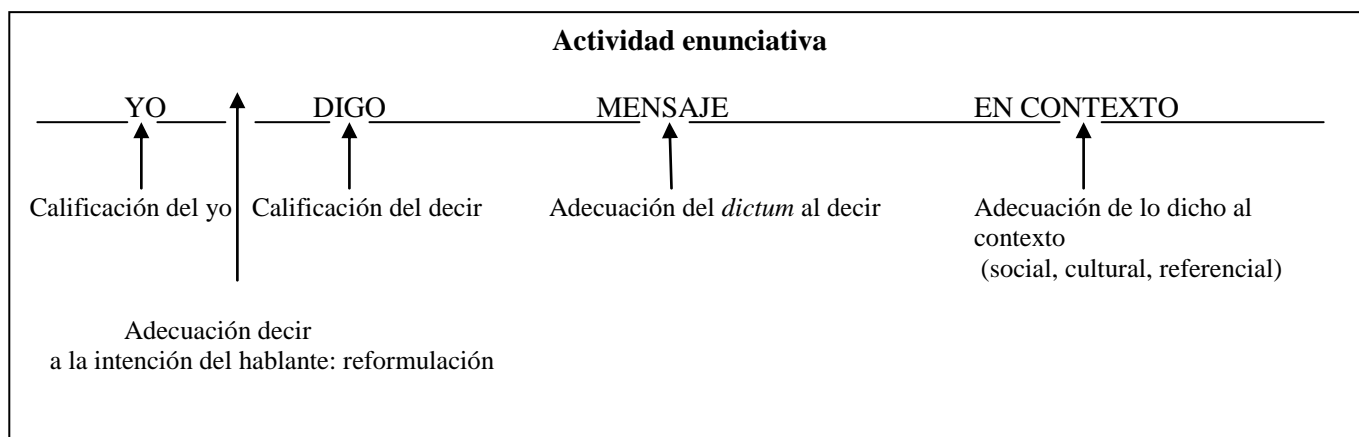
---

<sup>135</sup> M Albelda (2005a: 184) utiliza la expresión de “eficiencia comunicativa”.

(2010b) afirma que “la intensificación actúa como un potenciador del valor del acto, ya sea de la cortesía o de la descortesía” (38). Esto dependerá, por tanto, de si el hablante intensifica un acto de alabanza de la imagen, o un acto de ataque a la misma.

En nuestro caso, la finalidad es doble: por un lado, se potencian actos que buscan degradar la imagen del otro, la del político al que se critica; por otro, esta intensificación de la expresión permite que las ideas lleguen de una manera más efectiva a su oyentes, hacia los que el hablante intenta mostrar empatía a través de esta pose firme y violenta con respecto a determinados políticos.

Para explicar de una manera clara cómo hemos clasificado los diferentes recursos que nuestro hablante utiliza para intensificar la aserción, debemos partir, en primer lugar, de un esquema que ilustre las diferentes relaciones que pueden darse dentro del ámbito enunciativo. Según C. Fuentes Rodríguez (2007a), por enunciación entendemos el acto de comunicar, de emitir un enunciado. Sin embargo, estamos ante un concepto complejo, formado por varios tipos de contenido o relaciones, que pueden ser clasificadas de la siguiente manera:



**Gráfico 30. Segmentación del nivel enunciativo (C. Fuentes Rodríguez, 2007a: 48)**

La aserción, por tanto, es una operación que estaría dentro del primer segmento enunciativo, es decir, en la calificación del yo. Esta se define por mostrar quién es el que habla (locutor) o quién se responsabiliza de lo dicho (enunciador); de la misma forma, también encontramos aquí unidades que califican al hablante con respecto a su decir. De este modo, apreciaremos en nuestros textos estrategias en las que el hablante intensifica la aserción mediante recursos específicamente marcados para ello. Nos referimos a estrategias como señalar explícitamente la fuente informativa, el enunciador de lo dicho. Sin embargo, y

debido a la cercanía de estos complementos situados en la periferia oracional, así como a la contaminación de funciones y valores que se produce entre ellos, también podemos encontrar otros elementos que, aun realizando una función primigenia propia de otro nivel, como efecto de esta, también ejercerán ese papel de reforzar el compromiso o la convicción del hablante ante lo dicho. Nos referimos, por ejemplo, a la reformulación que, dentro del ámbito enunciativo, es una operación comunicativa que se encuentra a medio camino entre el YO y el DIGO. Observaremos, por tanto, que FJL utiliza de manera muy frecuente enunciados reformulativos, no solo para expresar una nueva expresión de lo dicho, sino, principalmente, para presentar el segundo enunciado, el de mayor carga peyorativa, como el que mejor se adecua a su intención comunicativa. De la misma forma, el hablante se valdrá de partículas propias del ámbito modal, como son los adverbios de modalidad epistémica, para expresar el mayor o menor grado de compromiso del hablante con lo dicho. El emisor también puede enfatizar el contenido proposicional del enunciado a través de partículas cuya función sintáctica sea la de conectar enunciados: nos estamos refiriendo a los enlaces o conectores supraoracionales. Por último, podemos encontrar estrategias de intensificación situadas dentro de los márgenes oracionales. En la medida en que el hablante enfatiza una serie de segmentos del *dictum* por encima de otros, esto puede suponer un grado mayor de apego y compromiso ante lo dicho.

#### **5.2.1.1. La aserción neutra. Omisión de verbos introductorios de la opinión**

Como ya hemos indicado, el género ante el que nos encontramos licita el ataque y la crítica al político, aunque exige que esta serie de valoraciones aparezca claramente restringida a un tipo de discurso valorativo por parte del periodista. En nuestros textos, es normal encontrar este tipo de juicios mediante aserciones que, si bien no aparecen enfatizadas, tampoco contienen ningún tipo de marca que atenúe o que restrinja dicha valoración negativa que el hablante realiza. Así, más que como opiniones, estos enunciados aparecen como hechos objetivos, incuestionables, por lo que el daño causado a la imagen es potencialmente mayor:

39. Mientras tanto Mariano Rajoy ha consumado su traición a las víctimas del terrorismo (Es Radio, 03-11-07)

C. Fuentes Rodríguez (2010b: 76) recomienda que, al emitir esta serie de valoraciones negativas, se usen fórmulas que atenúen la aserción, de manera que se dañe lo menos posible la imagen de la persona sobre la que estas recaen. Entre ellas destaca la utilización de marcadores de duda (*probablemente Mariano Rajoy haya consumado su traición a las víctimas del terrorismo*), o formas verbales que marquen una atenuación o distanciamiento de la aserción (*yo creo que Mariano Rajoy ha consumado su traición a las víctimas del terrorismo*). La gravedad de la acusación, es decir, el contenido proposicional del enunciado, ya alberga una crítica dura al político, pero, al presentar esta valoración como un hecho indiscutible, esta opinión se muestra como objetiva, con lo que, además de llegar de manera más convincente a sus oyentes, provoca un daño mayor en la imagen del presidente de la oposición.

El impacto es aún más grave si el contenido del enunciado se refiere a hechos o situaciones que distan mucho de coincidir con la realidad:

97. Zapatero ya no existe↓ (Es Radio, 27-10-10)

Gracias al sentido metafórico de la expresión, el hablante muestra al presidente del Gobierno como acabado, como un “cadáver político”, y este hecho aparece, además, como incuestionable.

Es muy poco frecuente en nuestros textos, casi inexistente podríamos decir, la aparición de expresiones atenuantes del tipo *yo creo*, *yo pienso*, así como complementos enunciativos como *en mi opinión* o *desde mi punto de vista*. Ni siquiera en el caso de que el contenido de la aserción se identifique con una valoración personalísima del hablante. Sin embargo, en ocasiones invierte los términos, y utiliza estas estrategias de atenuación de la aserción para enunciar una realidad objetiva, incuestionable *a priori*:

111. Usted/ sí/ usted/ que creo que es fiscal/ o algo así↓/// usted/ señor Bermejo/ debe entenderlo↓ (Cope, 09-04-07)

El hablante sabe con seguridad que la profesión del ministro Bermejo es la de fiscal. Sin embargo, finge no estar seguro de ello.

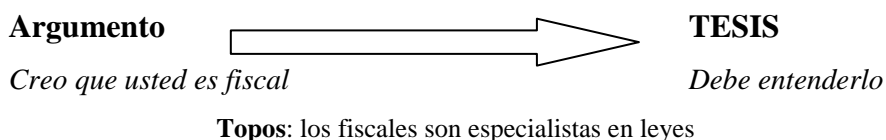
Este tipo de expresiones introductorias de la opinión (*yo creo*, *supongo*, *en mi opinión*) han sido estudiadas dentro del fenómeno pragmalingüístico conocido como *hedging*. Este

concepto, introducido por G. Lakoff (1972), ha sufrido una serie de cambios en cuanto a su significado y valores discursivos<sup>136</sup>. Hoy día se está de acuerdo en que se define por una cualidad básica, que hace referencia a la capacidad del hablante de expresar cierta falta de compromiso ante su enunciado. Esta relajación de la responsabilidad puede darse con respecto al contenido mismo del enunciado, o puede referirse a una falta de adhesión hacia el valor ilocutivo del mismo:

“There is general today that **HEDGING** is a rhetorical strategy, by which a speaker, using a linguistic device, can signal a lack of commitment to either the full semantic membership of an expression (**PROPOSITIONAL HEDGING**), or the full commitment to the force of the speech act being conveyed (**SPEECH ACT HEDGING**).” (B. Fraser, 2010: 22)<sup>137</sup>

Uno de los principales problemas del fenómeno denominado *hedging* es que puede llevarse a cabo a través de mecanismos de muy distinta índole. Como indicant G. Kaletenböck et al. (2010), “another problem for the classification models is that hedging effects may also be achieved by employing semantically different mechanism”. Así, podemos encontrar bajo esta etiqueta desde complementos enunciativos destinados a rebajar la fuerza de la aserción (*yo creo, en mi opinión*), pasando por estructuras impersonales que restan responsabilidad al hablante (*dicen que, se comenta que*) e incluso términos léxico que indican vaguedad (*un tipo de, una especie de, un poco, algo*).

Todos estos elementos tienen en común que expresan una falta de compromiso del hablante ante su enunciado, lo que supone una atenuación de la aserción. Hemos visto que en el discurso de FJL no suelen utilizarse si no es de manera irónica, por lo que, como observamos en el ejemplo (111), su valor parece invertido. Aquí el enunciado *creo que es fiscal*, supone un argumento que apoya la tesis posterior: *debe entenderlo (que hay que cumplir la ley)*:



<sup>136</sup> Para consultar la evolución del concepto denominado *hedging* se recomiendan lo estudios G. Kaletenböck.- W. Mihatsch-S. Schneider (2010) y B Fraser (2010).

<sup>137</sup> Negrita en el original.

El carácter irónico con el que esta expresión es utilizada hace que este argumento aparezca reforzado. Observamos, por tanto, cómo una estrategia como la atenuación de la aserción (*hedging*), a la que se le suele asignar el valor de rebajar la fuerza ilocutiva de un segmento concreto, puede ser utilizada para llevar a cabo una función inversa, como es la de potenciar la carga argumentativa de un enunciado. De este modo, este tipo de estrategias que, dentro de la estructura argumentativa del texto, han sido consideradas modificadores desrealizantes (MD), pueden, según la utilización que el hablante haga de ellas, funcionar como modificadores realizantes (MD).

### 5.2.1.2. Los evidenciales

Aunque algunos autores señalan el origen de término *evidentiality* en los tempranos trabajos de F. Boas (1947) o R. Jakobson (1957), no fue hasta la publicación del conjunto de conferencias impartidas en Berkeley en 1981 con el título *Evidentiality: the linguistic coding of epistemology* (1981), cuando nos topamos con el hito principal en lo referente al estudio de este fenómeno.

En principio, el término hace referencia a la capacidad que poseen algunas lenguas de expresar las fuentes de información de lo dicho. Es decir, de la manifestación, a través de ciertos mecanismos lingüísticos, del responsable o responsables del enunciado, de quién es el enunciador.

En ciertas lenguas, los marcadores utilizados para expresar las fuentes de información son los mismos que se encargan de expresar la fiabilidad de lo dicho, por lo que hay autores que han puesto en relación la evidencialidad con la modalidad epistémica, es decir, con la mayor o menor certidumbre que expresa el hablante ante lo que dice. P. Dendale y L. Tasmowski (2001) señalan que existen tres posturas oficiales ante la relación evidencialidad-modalidad:

- a) Oposición evidencialidad-modalidad: autores como T. Willet (1988) no ven ninguna relación entre la expresión de las fuentes de información de lo dicho y la actitud subjetiva del hablante ante su enunciado.
- b) Evidencialidad y modalidad se cruzan parcialmente: ambos fenómenos constituyen un interfaz que la mayoría de los autores etiquetan con el término de “inferencial” o



“inferencial evidentiality” (P. Dendale y L. Tasmowski, 2001: 342), que estos suelen identificar con el valor modal de necesidad epistémica.

c) Inclusión de uno en el otro:

c.1) La evidencialidad está dentro de la modalidad: para autores como T. Matlock (1989), las unidades lingüísticas evidenciales comprenden la modalidad epistémica, ya que codifican las fuentes de información del hablante, así como su grado de certeza ante lo dicho.

c.2.) La modalidad está dentro de la evidencialidad: para autores como F. R. Palmer (1986), los elementos evidenciales constituyen un subtipo de aquellos que expresan modalidad epistémica, ya que en el momento en que un hablante está mostrando sus fuentes de información, está también expresando cierta certeza ante lo que dice.

Defendiendo esta última postura, podemos situar a autores como A. Y. Akhienvald (2003), que afirma que la evidencialidad es una categoría que existe por sí misma, y que puede valerse de determinados mecanismos modales para expresarse. En esta misma línea se sitúa J. Nuyt (2001), que también considera que la modalidad está dentro de la evidencialidad. De su estudio se desprende que un hablante, a la hora de expresar sus fuentes de información, puede echar mano de la subjetividad, entre cuyas expresiones puede estar la modalidad epistémica.

No todas las lenguas poseen categorías especializadas en expresar la evidencialidad, pero sí la capacidad de, a través de ciertos mecanismos más o menos exclusivos, explicitar en mayor o en menor grado las fuentes de información de lo dicho. Es el caso del español o el inglés, que, aunque no poseen categorías evidenciales propiamente dichas, utilizan para marcar este significado elementos como adverbios, desinencias verbales o el significado de ciertas expresiones.

En nuestros ejemplos, su uso supone también una forma de intensificar la aserción, ya que el hablante presenta lo dicho como incuestionable, debido a que la fuente informativa se hace explícita en el enunciado.<sup>138</sup>

---

<sup>138</sup> Tradicionalmente, se ha relacionado la evidencialidad con la atenuación (G. Reyes, 1994; H. Calsalmiglia Blancafort–A. Tuson Valls, 1999; V. Plungian, 2001), debido a que, al marcar explícitamente la fuente, el hablante se distancia de lo dicho. Sin embargo, estudios recientes (E. Brenes Peña, 20009e; M. Albelda, 2005a) han defendido la posibilidad de que los evidenciales tengan efecto atenuante o de refuerzo de la aserción, dependiendo del contexto.

#### 5.2.1.2.1. Enunciador = nosotros. La complicidad con la audiencia

Una de las formas de asignar mayor credibilidad a un enunciado consiste en que el hablante no se hace exclusivo responsable de lo dicho, sino que aparece como alguien que reproduce la idea de un grupo del que él es solo uno más. La fuente informativa, por tanto, se explicita a través de las desinencias verbales de primera persona del plural, que podemos identificar, en nuestro caso, con la sociedad española en general, o, al menos con aquella parte de la sociedad que piensa como el periodista, es decir, con su audiencia:

112. Que te hemos visto negociando con la ETA↓/ que te hemos visto engañando a la gente de forma tan desvergonzada que incluso después de que la ETA volara la T Cuatro/ con dos muertos/ seguiste negociando↓ [...] (Es Radio, 03-11-10)

Estas acusaciones graves aparecen como hechos incuestionables, ya que se presentan como opiniones que no parten simplemente de la subjetividad del hablante, sino como compartidas, al menos, por todos los oyentes del programa. Esta afirmación cobra aún más fuerza debido a que estamos ante un tipo de evidencia directa, comprobada y visual (*te hemos visto*), siguiendo la clasificación de T. Willet (1988: 57).

Esta estrategia, además de asignar mayor fuerza a lo dicho, es decir, a la acusación a Zapatero, consigue estrechar los lazos afiliativos con ese *nosotros* que representa a los oyentes, con los que comparte afinidad ideológica. Estamos, en primer lugar, ante un recurso polifónico de enfrentamiento, en la medida en que la acusación se intensifica, y, en segundo lugar, de acercamiento, al buscar la complicidad de aquellos que son fieles a la cadena. De esta manera, esta estrategia sirve al periodista para erigirse en portavoz de toda su audiencia:

102. Estamos en contra de que el Gobierno de España/ aunque no sea Gobierno ni sea de España/ se arrodille ante la ETA↓ (Es Radio, 27-11-10)

La opinión personal del periodista, que, además, coincide con la línea editorial de la cadena, adquiere más fuerza, ya que se hace responsable de ella a toda una colectividad. Esta estrategia podría considerarse descortés también en relación a sus oyentes, ya que el periodista está opinando por ellos (imagen negativa), y les hace co-responsables de una serie de juicios que realmente parten tan solo del hablante. Pero los oyentes no lo toman como una

afrenta a su imagen, debido a la cercanía ideológica entre estos y el periodista. Esta afinidad autoriza a FJL a tomar a sus oyentes y utilizarlos como fuentes, como garantes de lo dicho. De hecho, las opiniones vertidas por estos a través de mensajes o correos electrónicos suelen apoyar estas afirmaciones.

Por otro lado, el emisor también se vale de estrategias indirectas para explicitar este enunciador colectivo. El hablante, por ejemplo, utiliza al *nosotros* para asignar fiabilidad a lo dicho, pero este grupo marcado por la primera persona del plural no aparece como sujeto gramatical, sino como objeto:

113. Vamos a contarles/ primero la aparición de Rubalcaba↓/ avergonzándonos a todos↓ (Es Radio, 17-11-10)

Dejando a un lado el plural de modestia del principio, propio de este tipo de textos, nos centraremos en la expresión *avergonzándonos a todos*. Los que padecieron tal vergüenza fueron, según el periodista, todos los ciudadanos, o al menos todos lo que piensan como el hablante. De ahí se deduce que esta intervención del ministro del Interior pareció vergonzosa no de manera exclusiva a FJL, sino a parte de la sociedad que se posiciona claramente contra el Gobierno. Es decir, el *nosotros* funciona como objeto directo dentro de la oración, y se constituye en enunciador, en fuente informativa del enunciado.

Esta estrategia, por tanto, es un claro ejemplo de descortesía llevada a cabo con una finalidad ideológica: intensificar el ataque al otro, darle mayor fuerza, a través de la complicidad con su grupo ideológico, con su audiencia.

#### 5.2.1.2.2. Enunciador = comunidad. Estructuras impersonales

Mediante la impersonalidad el hablante hace responsable de sus críticas a toda la comunidad, a la sociedad en general. A este tipo de estrategias las denomina H. Haverkate (1994) de *desfocalización*, y afirma que sirven como “táctica de distanciamiento manejada por el hablante para reducir o minimizar su propio papel o el del oyente en lo descrito” (131). Según este autor, el hablante se muestra como alguien que no quiere imponer sus opiniones, por lo que se atenúan los actos de habla que amenazan la imagen positiva del oyente. Aporta algunos ejemplos:

114. En la reunión de ayer se decidió que no te has adaptado bien a nuestro equipo (H. Haverkate, 1994: 132)

115. Por eso se nota que no has considerado una solución verdaderamente eficaz (H. Haverkate, 1994: 132)

En mi opinión, el uso de la impersonalidad no supondría, en estos casos, un menor efecto descortés en el oyente. En todo caso, se protege de alguna manera la imagen del hablante, ya que las culpas, la responsabilidad de lo dicho, se extiende a otros, no a él de manera exclusiva. Estamos, más que ante una atenuación de la imagen del otro, ante una estrategia que salvaguarda la propia imagen del hablante ante un posible acto amenazante. Es decir, no hablamos de actividades de cortesía, sino de operaciones de autoimagen.

Es más, en la medida en que el contenido de lo dicho supone una crítica para el otro, el hecho de que esta afirmación no sea fruto de una sola persona, sino de toda una comunidad, puede hacer que esta se intensifique, y que el daño a la imagen sea mayor:

107. Y en estos casos ya se sabe lo que hace el Partido Socialista↓// violencia callejera/ y violencia↓/// lo ha hecho siempre ¿eh↑? (Es Radio, 14-01-11)

El PSOE aparece como un partido violento por naturaleza, y esto se da como un hecho compartido, sabido por todos.

Como sucedía en (4.1.2.1.), esta polifonía también sirve al periodista para lanzar, a modo de consignas, ideas defendidas desde la cadena:

116. Con los terroristas no se puede pactar↓ (Cope, 09-01-07).

Además de la intención de que esta idea -que no se puede pactar con terroristas- aparezca como compartida por todos, se critica al Gobierno, al que se le acusa de negociar con la ETA, y, por tanto, de faltar a esta opinión que aparece aquí como un principio universal.

### 5.2.1.2.3. Dar una opinión como hecho contrastado. La modalidad epistémica

Como ya indicamos anteriormente, una de las formas en que la evidencialidad se expresa es mediante expresiones que indican que el hablante presenta el enunciado como cierto, como obvio o evidente. Nos situamos, por tanto, dentro de la llamada modalidad epistémica.

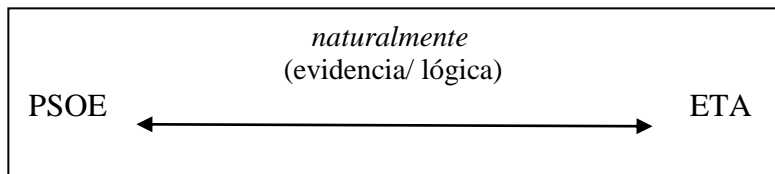
La actitud del hablante puede manifestarse a través de los llamados adverbios de modalidad, colocados en posición externa, de manera que su efecto recaerá sobre toda la oración. Pero también podemos encontrar la modalidad integrada dentro del *dictum*, mediante expresiones cuyo contenido semántico se acerque a la actitud individual que se pretende mostrar. Como afirma C. Fuentes Rodríguez (2007a: 43), la modalidad puede ir expresada de forma más integrada dentro de la oración. Es lo que llamaba C. Bally (1965[1932]) “modalidad implícita” (43).

#### 5.2.1.2.3.1. Adverbios de modalidad epistémica

Estos adverbios que se sitúan en la periferia oracional funcionan como reforzadores de la aserción, e indican cuál es la actitud del hablante ante su enunciado, teniendo en cuenta su grado de evidencia (*desde luego*), o marcando si este es conocido a través de otros (*por lo visto*). Uno de los adverbios que el hablante utiliza de manera más habitual es *naturalmente*:

117. Mientras tanto el PSOE↓/ naturalmente↑/ con la ETA↓ (Es Radio, 03-11-10)

El hablante asigna mayor fuerza a la acusación, ya que esta aparece como evidente, indiscutible. En relación a *naturalmente* M. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999) indican que “se manifiesta como un rotundo reforzador de la aserción” (4154). Estos autores afirman que también se utiliza para destacar un miembro del discurso, estableciendo una relación lógica entre este segmento realzado y otro elemento oracional, o del contexto. En el anterior ejemplo, observamos cómo *naturalmente* subraya la relación lógica, evidente, entre ETA (elemento realzado), y el PSOE (elemento cotextual previo).



**Gráfico 31. Funcionamiento del adverbio de modalidad naturalmente**

En el siguiente ejemplo, se percibe una intención descortés más suave. El hablante no da por hecho una acusación, sino unas ideas, unos principios defendidos desde la cadena:

118. *Pero si con la ETA no se puede pactar*↑/ dirán ustedes↓<sup>139</sup>/ que es lo que piensa la gran mayoría↓/ naturalmente↓ (Cope 10-01-07)

Sin embargo, la intención de dañar la imagen del grupo ideológico contrario sigue existiendo, ya que, de manera indirecta, se acusa al PSOE de actuar en contra de principios generalmente compartidos.

Otro de los marcadores epistémicos utilizados por FJL es *por supuesto*. En el siguiente ejemplo el periodista comenta la excesiva importancia que el presidente del Gobierno asigna a temas como el cambio climático, en detrimento de otros más relevantes:

67. Una de sus preocupaciones→/ el terrorismo *nada/ por supuesto*↓/// la inmigración ilegal→/ ¡puff, qué cosas↓!!! el cambio climático↓ (Cope, 16-04-07)

La evidencia de lo dicho, que Zapatero no da importancia a la lucha contra el terrorismo, se muestra aquí como conclusión ineludible de una serie de conocimientos contextuales previos. Así, dicha opinión aparece, en principio, como en la línea de lo que piensa el oyente. M. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999) indican que “esta partícula sirve para mostrar de antemano el acuerdo con su interlocutor” (4153)<sup>140</sup>.

C. Fuentes Rodríguez (1996d), afirma que con *por supuesto* “la fuerza o la evidencia surge de algo común a hablante y oyente, algo que está en el ambiente” (192). Esto provoca

<sup>139</sup> Esa estrategia consistente en señalar a su audiencia o la comunidad como fuente de lo dicho será estudiada con detenimiento en (5.2.4.2.)

<sup>140</sup> En relación al efecto polifónico de *por supuesto*, C. Fuentes Rodríguez (1995) afirma que este elemento puede hacer responsable del enunciado al interlocutor, además de hacerlo sobre lo comúnmente pensado.

que el grado de intensificación de este adverbio sea muy elevado, ya que se afirma algo que parece que no necesita ni siquiera ser cuestionado.

Del mismo modo, en el *Diccionario de conectores y operadores del español* (C. Fuentes Rodríguez, 2009a), se le define como un modalizador expresivo reafirmativo desde la evidencia. Aquí se distingue esta unidad de otras reafirmativas como *claro* o *desde luego*, debido a que *por supuesto* expresa el grado máximo de convencimiento del hablante.

En nuestra opinión, la acusación que aquí aparece se agrava debido a que la partícula modal se pone en boca del propio presidente del Gobierno. Es decir, se afirma que Zapatero no presta atención al problema del terrorismo, pero, además, el ataque a su imagen es mayor, ya que este aparece como alguien que cree que, en vez de avergonzarse por ello, presenta tal afirmación como lógica y compartida por todos. El hecho de que se pongan en boca de Zapatero expresiones de desdén *-nada, por supuesto o puff, qué cosas-* ante temas de vital importancia para la ciudadanía como el terrorismo o la inmigración, lo presentan, además, como alguien que defiende estas posturas absurdas e inmorales con soberbia y descaro.

En el siguiente caso encontramos la utilización de dos adverbios de certeza: *por supuesto* y *sin duda*:

16. ¿Creen ustedes que Zapatero va a recuperar la cabeza que/ sin duda/ ha perdido→/ como acredita su entrevista en *EL País*↑? Es que este hombre no está bien↓/ no es que gobierne mal/ que por supuesto↓/// no no↑/ es que no está bien↓ (Es Radio, 22-11-10)

Con *sin duda* el hablante no busca de manera tan marcada el acuerdo con el oyente, sino que, más bien, expresa la evidencia con respecto a ciertos hechos sobre los que no puede tener control. Así, que Zapatero haya perdido la cabeza se muestra como un hecho que, si bien el hablante no puede demostrar, se deriva irremediamente de ciertos datos o acciones de la realidad. Este procedimiento se encuadra dentro de una macro-estrategia mayor de FJL, que consiste en calificar a Zapatero de loco. El periodista no puede demostrarlo, pero lo absurdo, lo ilógico de su comportamiento, le obligan a mantener esta postura. Nos encontramos ante un tipo de evidencia a la que T. Willet (1988: 57) etiqueta como indirecta inferida a partir de los resultados. Es decir, el hablante no se muestra como que ha comprobado el hecho afirmado, sino que lo deduce de manera indirecta a partir de unos resultados o consecuencias sí apreciadas por él.

Distinto es el caso de la afirmación en la que el hablante se refiere a lo mal que gobierna Zapatero, donde *por supuesto* hace que esta idea aparezca como un conocimiento compartido por sus oyentes.

En ambos casos la aserción de la opinión se intensifica debido a la estrategia polifónica de responsabilizar a más de un enunciador del contenido de lo dicho. La diferencia es que el enunciado que, en esta ocasión, aparece después de *sin duda* es de carácter irónico o exagerado – *está loco-*, por lo que lo dicho provendría, no de su conocimiento directo, sino de lo extraño o inadecuado de las acciones de Zapatero. Con *por supuesto*, sin embargo, hablante y oyente se muestran afectivamente más implicados en la afirmación, ya totalmente en serio, de que Zapatero ha gobernado mal.

También encontramos el refuerzo de una aserción a través de *claro*. Sobre este adverbio, C. Fuentes Rodríguez (1996d) afirma que supone “una afirmación de lo dicho + un comentario acerca de la evidencia del hecho” (179), por lo que equivale a *sí, es evidente, está fuera de toda duda*. En el siguiente ejemplo, lo encontramos dentro de una estructura parentética, que funciona como una aclaración en la que se ataca las cualidades físicas del alcalde de Madrid. Este tipo de ataques al físico del político es poco esperado en estos textos de crítica seria:

89. Ahora le ha dao por vestirse/ a la moda de Chicago↓/// apareció en eel/ la cabalgata de los Reyes magos/ con un BORSALINO/ que vamos↓/ es comoo/ Alain Delon en las películas de Stavinsky↓/ en los años treinta/ pero en feo/ claro↓ (Es Radio, 14-01-11)

Según indican M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999), de todos los evidenciales este es de los que más se usa en la conversación, por eso es normal encontrarlo junto a otros conectores coloquiales como *es que*:

91. Es que/ claro↓/ hacerlo ministro de la Presidencia cuando lo que necesita es un psicólogo→ (Es Radio, 22-11-10)

119. Da la impresión de que la derecha española nunca se ha enterado de esto↓/ la izquierda se cree legitimada para matar a la derecha si es preciso↓ / o si no para romperle la crisma↓/ y la derecha/ parece/ que entiende/ que claro↓/ que es que la izquierda es así↓/y se deja↓ (Es Radio, 14-01-11)



En el segundo ejemplo se reproducen las palabras o pensamientos de la gente de derechas. Denuncia el periodista que este sector de la sociedad siempre se deja atacar por la izquierda. Este grupo justifica, además, estos ataques del grupo ideológico contrario argumentando que esa actitud violenta va en su naturaleza. Desde un punto de vista lingüístico, el conector coloquial *es que* introduce esta justificación, y el adverbio de modalidad *claro* la proyecta a categoría general, evidente y compartida por todos. A pesar de que se advierte aquí cierta crítica a la actitud blanda de la derecha española (*endogrupo*, no lo olvidemos), la imagen que sale peor parada es la de los miembros de la izquierda (*exogrupo*), ya que aparecen como violentos por naturaleza.

#### 5.2.1.2.3.2. Otros procedimientos expresivos para expresar la modalidad epistémica

M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999) afirman que para indicar la función discursiva de la modalidad, junto a estos adverbios a los que nos hemos referido antes, también podemos encontrar otros procedimientos expresivos, “como las construcciones verbales copulativas cuyo predicado nominal guarda relación con algunos rasgos sémicos del marcador (*está claro, claro está, etc., incisos, etc.*” (4146)<sup>141</sup>. Este tipo de construcciones copulativas también las encontramos en el discurso de FJL:

120. Es evidente que Zapatero está otra vez encamado con la ETA↓ (Es Radio, 13-01-11)

121. Es cierto que nunca ha habido tanto tonto por kilómetro cuadrado como en el actual Consejo de Ministros↓ (Es Radio, 01-12-10)

Estas expresiones, equivalentes a los adverbios *evidentemente* y *ciertamente*, provocan que tanto la acusación (primer enunciado) como el insulto (segundo enunciado) aparezcan reforzados, ya que lo dicho aparece, más que como una apreciación personal, como hechos irrefutables, contrastados.

---

<sup>141</sup> Cursiva en el original.

El periodista también utiliza ciertas estructuras de las llamadas incidentales para mostrar como evidente una opinión propia. En el siguiente caso, encontramos esta marca de evidencia dentro de un enunciado parentético:

110. Convergència y Unió es conveniencia y unión↓/ con el que conviene→/ como es lógico↓  
(Es Radio, 15-03-10)

El juego de palabras muestra a dicho partido nacionalista catalán como una agrupación que se mueve por su propia conveniencia, no por la de los ciudadanos. Esta idea adquiere más fuerza, dado que aparece no como fruto de su personal punto de vista, sino como de la propia lógica de la realidad.

Pero, en otras ocasiones, el hablante utiliza estrategias menos codificadas para expresar que lo que dice no es fruto de su opinión personal, sino que equivale a hechos contrastados:

122. Pero hay otros asuntos que no son nada opinables↓/ por ejemplo/ que el CSPJ<sup>142</sup> trate con guante de terciopelo a un sujeto como el todavía increíblemente juez Garzón↓ (Es Radio, 15-03-10)

70. HOY MISMO↓/ si estuvierais contra la ETA↓/ en lugar de necesitados de la ETA para hacer/ como que hacéis algo↓/ hoy mismo echabais a la ETA de cuarenta y tres ayuntamientos↓/ y se quedaban sin un euro↓/ y eso sí que es verdad (Es Radio, 12-01-11)

Las expresiones que aparecen en negrita suponen enunciados independientes que refuerza el contenido veritativo de otro enunciado posterior (122) o anterior (70), además de asignarles una enorme intensidad asertiva. En ambos casos, tanto el supuesto trato de favor del CSPJ, como la afirmación de que sin la ayuda del PSOE la ETA no tendría dinero, se muestran como hechos contrastados, por lo que su carga argumentativa, así como el daño a la imagen de quien se habla, aparecen claramente reforzados.

---

<sup>142</sup> Consejo Superior del Poder Judicial.

#### 5.2.1.2.4. Expresión explícita de la fuente informativa

Cuando el hablante pretende responsabilizar del contenido del enunciado no a la comunidad, sino a un enunciador concreto, esta fuente debe tener cierta credibilidad, de modo que la tesis apoyada cobre mayor fuerza. Para ello, el hablante recurre a la llamada fuente de autoridad, que supone un mayor garante, debido a su prestigio, de la validez de lo dicho.

En el siguiente ejemplo, la aparición explícita de la fuente informativa sirve al hablante para apoyar un determinado ataque a la imagen del político:

123. Este hombre no está bien↓/// toda la entrevista de *El País* lo demuestra↓/// este hombre no está bien↓ (Es Radio, 22-11-10)

El tipo de evidencialidad que aparece en este ejemplo sería, según T. Willet (1988: 57), indirecta inferida a partir de un razonamiento. Es decir, el hablante no ha comprobado de manera directa que el presidente Zapatero esté loco, esto es un razonamiento que él deduce a partir de unas declaraciones realizadas por el político al periódico.

El periodista también puede desacreditar la imagen del grupo ideológico a partir de la cita manipulada o descontextualizada de uno de sus líderes históricos:

85. Para vosotros la democracia→/ como dijo Pablo Iglesias/ cuando llegó al Parlamento→/ os sirve/ mientras sirva/ a vuestros propósitos↓/// y si no adiós↓/// (Es Radio, 13-01-12)

La acusación se vuelve irrefutable, ya que, gracias a la estrategia polifónica, se lanza un ataque al grupo a través de las supuestas declaraciones de uno de sus líderes. Nos encontramos, por tanto, ante el tipo de falacia *ad verecundiam*, es decir, aquella en la que se defiende la validez de una opinión, no a través de argumentos pertinentes, sino basándose en la autoridad de una fuente (V. Lo Cascio, 1998[1991]: 294).

#### 5.2.1.3. La reformulación descortés

La reformulación es una operación enunciativa a través de la cual el hablante, al notar que lo dicho no se adecua a su intención comunicativa, introduce un segundo segmento que aparece como más idóneo con respecto a lo que pretende hacer llegar al oyente. Desde esta

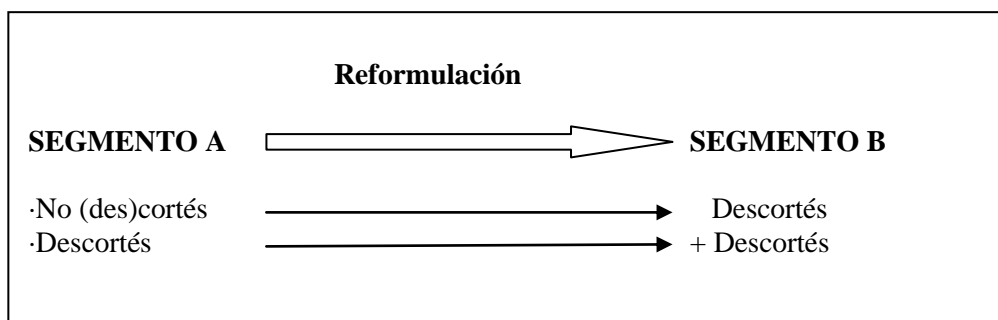
perspectiva, C. Fuentes Rodríguez (1993a) considera este fenómeno “un mecanismo de servocontrol del mensaje, y, por tanto, de responsabilidad directa del locutor” (173). Esta operación ayuda, además, a asegurar la continuidad discursiva, así como a precisar el sentido de lo dicho. En este sentido, también podemos considerarlo un procedimiento al servicio de la cohesión y la coherencia textuales.

Según M. P. Garcés Gómez (2008), el fenómeno de la reformulación es un procedimiento discursivo que sirve al hablante para elegir las formulaciones más adecuadas a sus intenciones comunicativas, pero también supone una guía para el oyente, que le ayuda a obtener las inferencias necesarias para interpretar el mensaje de manera correcta. En este sentido, esta autora define esta operación discursiva de la siguiente manera:

“La reformulación es un procedimiento de organización del discurso que permite al hablante volver sobre un segmento anterior para reinterpretarlo y presentarlo desde una perspectiva distinta” (M. P. Garcés Gómez, 2008: 69)

Es este proceso retroactivo es lo que diferencia la reformulación de otras operaciones discursivas. Es importante señalar que el segundo segmento, aquel que aparece como fruto de la reformulación, siempre aparece como resaltado informativamente, ya que se muestra como el que mejor se amolda a las verdaderas intenciones del hablante. En este sentido, el hablante lleva a cabo una operación de intensificación de su aserción.

En numerosas ocasiones, en el discurso de FJL encontramos reformulaciones de lo dicho donde el segmento que aparece en segundo lugar supone una irrupción sorpresiva o brusca de un enunciado claramente agresivo y dañino con respecto a la imagen del otro. Este segundo segmento B provoca, o bien el cambio de un clima armónico hacia la aparición de cierto enfrentamiento, o bien un aumento del grado de descortesía ya existente en el enunciado anterior:



**Gráfico 32. Reformulación como estrategia de intensificación de la cortesía**

La descortesía surge cuando el segmento B posee un valor negativo – o más negativo– con respecto al segmento A. No queremos decir con esto que el segmento A posea menos relevancia comunicativa que B, ya que, en ocasiones, el primero supone el contenido recto o la información moderada y objetiva que el hablante desea transmitir, mientras que el segundo contiene la ironía, la burla y la descalificación extrema. Sin embargo, cabe decir que solo este último aparece resaltado, debido a que se muestra como el resultado de una operación de adecuación a las verdaderas intenciones del *yo*.

124. [...] el Ministerio del Interior/ que ha manejado/ es decir/ que ha manipulado↓ (Es Radio, 13-01-11)

Nos encontramos, por tanto, ante una operación discursiva llevada a cabo por el hablante que consiste en sustituir un miembro discursivo A por otro B que se ajusta de manera más adecuada a su intención enunciativa. Encontramos, por tanto, cierta polifonía en este tipo de operaciones, ya que el hablante se desdobra, y aparece otro enunciador que es el que pretende explicar, resumir o corregir lo anteriormente expresado. A pesar de que el segmento B se muestra como el más directo, así como el que posee una mayor carga negativa, no podemos olvidar que la reformulación se basa en una relación de equivalencia entre los dos miembros. Sin embargo, en el discursos de FJL esta equivalencia es ficticia, creada por el propio hablante, por lo que no tiene por qué ser compartida por los demás. Aún así, el periodista confía en la complicidad de su audiencia, y espera que sus oyentes, ideológicamente cercanos, acepten de buena gana sus particulares igualaciones.

Esta estrategia se da de manera tan habitual en el discurso de FJL que se postula como un rasgo lingüístico del estilo particular del periodista, como una característica ideolectal al servicio de unas intenciones estratégicamente descorteses.

Partiendo del tipo de procedimiento empleado y de la relación entre los miembros, C. Fuentes Rodríguez (1993a: 176) clasifica la reformulación de la siguiente manera:

1. Parafrástica: *explicación, denominación, corrección*.

2. No parafrástica

a) Por condensación (generalización): *etiqueta, conclusión, recapitulación*.

b) Por extensión (enumeración, particularización): *enumeración, definición, ejemplificación*.

En la relación parafrástica se conectan dos segmentos enunciativos, y en la no parafrástica se une un segmento a una serie de ellos.

M. P. Garcés Gómez (2008) realiza una clasificación de estas operaciones reformulativas teniendo en cuenta las funciones discursivas que desempeñen:

- Explicación: se pretende aclarar lo dicho en una formulación previa. Entre ambos segmentos (A y B) se establece una relación de equivalencia discursiva.

- Rectificación: se intenta anular, total o parcialmente, lo expresado por el segmento anterior, y sustituirlo por la nueva formulación.

- Recapitulación: se vuelve sobre un segmento anterior para condensar lo que se considera más importante.

- Reconsideración: se plantea lo expresado con anterioridad desde una nueva perspectiva o punto de vista.

- Separación: se pretende revisar lo dicho en el segmento previo, lo que implica la pérdida parcial o total de su pertinencia.

En el primer proceso al que nos hemos referido (explicación) encontramos, como bien afirma M. P. Garcés Gómez (2003), “una equiparación semántica o pragmática entre los miembros conectados” (115). Las demás operaciones marcarían cierto distanciamiento de distinto grado con respecto a lo dicho en el segmento anterior. Este distanciamiento puede ser mínimo, como en el caso de la recapitulación, medio si nos referimos a la reconsideración, o máximo si hablamos de operaciones como la corrección o la rectificación.

El empleo de la reformulación descortés en el discurso de FJL se centra casi exclusivamente en dos tipos de operaciones: la explicación y la rectificación.

## 5.2.1.3.1. La explicación

En ocasiones, la reformulación surge gracias a la aparición de un segundo segmento (B) que no intenta negar la validez del primero, sino que supone una explicación o aclaración de lo dicho anteriormente. Como bien afirma M. P. Garcés Gómez (2008), entre los dos segmentos se establece una relación de equivalencia que “no viene dada solamente por las relaciones significativas, sino que se origina como un hecho de discurso y es el hablante el responsable de establecerla en un contexto determinado” (86).

Entre los explicativos, el conector *o sea* es uno de los que más aparece en el discurso de FJL, al igual que, como indica A. Mancera Rueda (2008) en las columnas de opinión de la prensa escrita. La tendencia a la coloquialidad de ambos géneros facilita la utilización de un conector como este, muy ligado a lo conversacional. Así lo atestiguan distintos estudios sobre el español coloquial, como los de A. M. Vígara (1992) o A. Briz (1998). La primera coloca *o sea* dentro de los denominados *soportes conversacionales*; el segundo lo sitúa dentro de sus *marcadores metadiscursivos del control del mensaje*. En el mismo sentido se expresan M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999), para quienes este conector es frecuente, “sobre todo, en el discurso oral” (4123)

Este aspecto de aparente improvisación que aporta *o sea* facilita su utilización en los textos periodísticos de opinión, de manera que, con su aparición, el discurso se viste de ciertos rasgos coloquiales y de cercanía con respecto al receptor (lector u oyente).

FJL utiliza este conector para **introducir una explicación, pero no de un enunciado propio, sino del que otro es responsable o enunciador**. De esta manera, B supone una especie de paráfrasis o interpretación correcta (y malintencionada) de las declaraciones de cierto personaje público:

125. Mariano alrededor quiere nulidades↓/ no gente de fuste que puede hacerle sombra↓// no/ no/ no↓// él quiere sentirse cómodo en el PP↓/ o sea/ muchos sorayos→/ muchos moragas→/ muchos camachos/ camachitos y camachetes↓ (Es Radio, 04-11-10)

Tras unas declaraciones emitidas en el programa en las que el líder del PP afirma querer sentirse cómodo en el partido, el periodista explica al público cuál es, según su punto de vista, la verdadera intención del político al decir esto. Es una forma, por tanto, de dañar la imagen

del otro a través del descrédito de su discurso, ya que de las declaraciones de Rajoy se vislumbra, según el hablante, que lo que realmente desea es rodearse de incompetentes como los que le acompañan hoy día. Mediante las marcas del plural (“*sorayos*”, “*moragas*”, “*camachos*”) el periodista transforma los nombres propios de sus colaboradores en nombres comunes, destacando las cualidades generales negativas que poseen estos.

En el siguiente fragmento, la explicación aparece tras unas declaraciones en estilo directo del ex presidente del Gobierno Felipe González, pero esta vez introducidas por el conector *es decir*:

126. Dijo→/ *tengo que dar una mala noticia*↓// *no soy multimillonario ni millonario*↓ [...] *peroooo*→/ *si decido serlo*↑/ *a lo mejor lo soy*↓<sup>143</sup>// *es decir/ no tengo más porque no quiero*↓// ¿y dónde reparte sus cupones/ *presidente*↓?// *más que nada para que ayuden en Andalucía*↓ (Es Radio, 15-03-10)

Dentro de una intervención claramente descortés, debido, entre otros factores, al uso de estrategias como el insulto o la entonación, la reformulación permite al periodista reinterpretar de una manera más brusca las palabras del político socialista (*exogrupo*), para así dañar su imagen a través de la manipulación de su propio discurso.

En ocasiones, y como afirma C. Fuentes Rodríguez (2009a), *o sea* atenúa su valor explicativo, y funciona como un conector que enfatiza el enunciado siguiente, marcándolo como lo “adecuado, correcto, o más preciso” (241), de manera que este adquiere cierto matiz conclusivo.

127. Pajín/ *que está preparando otra ley después de la del tabaco/ para que nadie sea humillado*↓// *yo me siento humillado teniendo a Pajín como ministra*↓// *yo me siento humillado y ofendido*↓/ *homenaje a Dostoievski*↓// *no/ no no juega en el Hércules/ Leire*↓// *o sea/ a mí lo que me humilla/ es tener a semejante inútil/ al frente del Ministerio de Sanidad*↓// (Es Radio, 10-01-11)

A veces esta pérdida de su valor reformulativo es mayor, y tan solo observamos la capacidad del elemento para resaltar informativamente la información siguiente. Este

---

<sup>143</sup> Con voz excesivamente grave y cursi.



progresivo de vacío en cuanto a su significado provoca que el elemento pueda adquirir cierto valor continuativo o de muletilla (C. Fuentes Rodríguez, 2009a: 241)

128. Es la inquisición↓/ la Checa política↓/ que es lo que les gusta a los sociatas↓/ o sea/ es queee/ es que ven un poco de libertad/ y tienen un sarpullido ahí↓/ les sale un herpes↓/ yo no sé↓ [...] (Es Radio, 26-01-11)

En otras ocasiones, el proceso explicativo se basa en la utilización de un término que supone un claro ataque a la imagen del político, sin embargo, el hablante considera necesario introducir otro enunciado que, si bien no anula el anterior, introduce una **aclaración** que se amolda de manera más precisa a lo que se quiere decir, y que, por supuesto, supone un mayor ataque hacia el referente. Esta operación aclarativa suele ser llevada a cabo a través del conector *es decir*:

124. [...] el Ministerio del Interior/ que ha manejado/ es decir/ que ha manipulado↓ (Es Radio, 13-01-11)

Este tipo de operaciones explicativas con un claro sentido aclarativo pueden aparecer introducidas por el conector *vamos*. C. Fuentes Rodríguez (1998g) indica que estamos ante unidad compleja, ya que en ella se unen la función modal a la conectiva. Del mismo modo, es un elemento muy ligado a lo enunciativo, introduciendo el fragmento que mejor se adecua a la intención comunicativa del hablante. Expresa algo así como “es lo que yo quiero decir”, por lo que se enfatiza la subjetividad, por un lado, y el decir, por el otro. Según esta autora, a partir de este valor enunciativo *vamos* puede “expresar lo reformulativo: precisar la comunicación, corregir, aclarar, explicar, contextos en los que se comporta como conector” (Ibid. 178). En nuestros textos encontramos cierto deseo del hablante de disipar o aclarar lo borroso o ambiguo de un enunciado anterior. Posteriormente, el *Diccionario de conectores y operadores* (C. Fuentes Rodríguez, 2009a) destaca, entre los diferentes valores de *vamos*, su particular uso como conector explicativo. En el mismo sentido se expresan M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999), que también admiten este valor del elemento:

“El fragmento del discurso que introduce vamos – o al que va pospuesta la partícula (pues el marcador tiende a privilegiar las dos posiciones características de las interjecciones)- suele representar la expresión más ajustada para lo que el hablante quiere decir. Como si el que habla tratara de ir precisando, en su elocución, sus ideas, sus apreciaciones, etc., y pretendiera, al mismo tiempo, que el interlocutor comprendiera su esfuerzo, lo siguiera y coincidiera en la posición final con él (en cierto sentido, hay algunas analogías pragmáticas entre estos usos de vamos y los de ciertos marcadores `reformuladores`” (M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés, 1999: 4178)

Este *vamos* con sentido explicativo es utilizado con frecuencia en la lengua oral (C. Fuentes Rodríguez, 1998g). Esto aporta al texto cierta apariencia coloquial y de espontaneidad que lo hace más cercano con respecto a la audiencia:

58. Tú estás más cómodo en una dictadura camuflada que en una democracia de verdad↓/// tú lo que quieres es lo de aquí/ que los partidos dicen a la gente lo que pueden y no pueden votar/ y no como allí/ que la gente dice a los políticos lo que quiere y no quiere que hagan↓/// vamos↑/ que a ti la democracia no te gusta/ Mariano↑/ si lo veníamos viendo↓ (Es Radio, 04-11-10)

Junto a la explicación en la que el hablante interpreta unas declaraciones de Rajoy, al final va al grano, y aclara qué es lo que realmente quiere decir sobre el político, lo que realmente piensa de él. Debido a este énfasis en lo que realmente se quiere decir, este segundo enunciado adquiere cierto valor conclusivo. Este segmento B aparece resaltado, además, desde un punto de vista informativo, debido a la aparición de la expresión con valor de evidencia *si lo venimos viendo*, en la que se sitúa al *nosotros* (audiencia, sociedad) como garantes de lo afirmado en el enunciado anterior.

En ocasiones vamos añade a su valor explicativo cierto matiz de **concreción**, que resulta de la intención del hablante de centrarse, de ir al grano y referirse sin rodeos a la persona de la que se habla:

129. Estamos ante un progre↓/// sí/ no/ bueno/ tal vez/ todo cabe/ somos multiculturalistas/ sí/ no/ tal vez/ quizás/ tampoco↓// luego/ quizás/ acaso/ no sé↓ (3´´) Zapatero→/ vamos↓ (Es Radio, 03-11-10)

Nos encontramos ante un claro ataque a la imagen grupal del presidente del Gobierno. En este caso se intenta descalificar al grupo de izquierdas (*progres*), mostrando a sus miembros como gente contradictoria y, por tanto, poco fiable. Para ello, el hablante parodia un supuesto discurso de uno de ellos, emitiendo una enumeración de adverbios que expresan esta idea de de duda e incoherencia. Tras ellos aparece la etiqueta que los engloba a todos: de lo que estamos hablando es de José Luis Rodríguez Zapatero. Este último enunciado aparece resaltado, además, debido a la larga pausa que lo precede, que provoca cierta necesidad en el oyente, ansioso de saber a quién se está refiriendo el periodista.

#### 5.2.1.3.2. La rectificación

Según M. P. Garcés Gómez (2008), uno de los procedimientos a través de los que se desarrolla la rectificación consiste en introducir una nueva expresión que corrige el contenido de lo dicho en el segmento previo. En nuestros ejemplos encontramos que, en ocasiones, el hablante, tras emitir un juicio que busca claramente dañar la imagen del otro, percibe que lo dicho no es suficientemente grave, por lo que corrige el enunciado anterior e introduce otro de carácter aún más violento, y que aparece como el que mejor se ajusta a sus intenciones comunicativas.

Uno de los conectores utilizados por FJL es *bueno*, que, dentro de la variedad de funciones discursivas que puede ejercer, posee la de corregir un enunciado previo. Son varios los autores que señalan, dentro del valor plurifuncional de este elemento, su validez a la hora de introducir un enunciado más preciso, más ajustado a los deseos del hablante (M. A. Martín Zorraquino-J. Portolés, 1999; C Fuentes Rodríguez, 1993a, 2009a). Por su parte, A. Briz (1998: 201-202) señala acerca de *bueno* que, con tono alto y con tonema melódico descendente, expresa de manera explícita una precisión del hablante.

130. ¿Esto qué es↓?/ pues una campaña a favor del terrorismo y contra las víctimas del terrorismo↓/// bueno↓/ una utilización partidista y miserable del terrorismo para machacar a las víctimas↓ (Cope 23-04-07)

En este caso concreto, el enunciado A - *pues una campaña a favor del terrorismo y contra las víctimas del terrorismo*- supone un ataque contra la imagen de ciertos medios de comunicación, a los que se acusa no solo de no proteger a las víctimas, sino de favorecer a los

terroristas. Sin embargo, en el enunciado B la intención descortés se intensifica, al tildar a tales grupos de manipuladores. Para ello el hablante usa el sustantivo *utilización*, complementado por dos modificadores adjetivales – *partidista, miserable-*, que provocan, además, un refuerzo de la intención descortés. Es más, ya no solo se le acusa de ir contra las víctimas, sino de “machacarlas”, verbo cuyo contenido agresivo insufla un daño aún mayor a la imagen del medio.

A veces la rectificación supone la aparición de un matiz, de un pequeño detalle que proyecta una imagen aún más negativa del grupo ideológico contrario:

131. Estas oenegés que ahora reciben la pasta gansa de Bibiana y sus bibianos↓/ pues ya empezaban a recibir la pasta en tiempos de Felipe↓/ con Matilde↓/ la pasta que no le daban a la Cruz Roja y a Caritas↓// estamos en lo de siempre↓/ y son los mismos↓/ bueno↓/ los mismos no↓/ son las niñas de los mismos↓ (Es radio, 15-03-10)

En este ejemplo se muestra al Partido Socialista como una corporación corrupta y que no tiene visos de cambiar debido a que siempre permanecen los mismos políticos: (A)... y *son los mismos*. A eso añade el hablante la corrección (B)- *los mismos no, son las niñas de los mismos-*, que aporta la idea de que en el partido es normal el enchufismo y los tratos de favor, ya que los que están hoy son realmente los descendientes de estos. A esto debemos sumar el valor afectivo del término *niñas*, que intensifica la idea de proteccionismo o tutela que dice regir en el partido, así como supone cierta minusvaloración con respecto a estas nuevas generaciones, ya que también denota su falta de experiencia.

En la mayoría de los casos, el ataque aparecido en A es tan brusco y directo que la aparición de *bueno* hace pensar al oyente que esta rectificación irá destinada a suavizar el efecto descortés del enunciado anterior. Pero nada más lejos de la realidad, la corrección sirve al hablante para introducir un enunciado cuyo efecto descortés excede incluso al primero:

132. Hasta ahora solo has traicionado a los que te votamos↓/ bueno y a la nación a la que representas↓ (Cope, 12- 01-09)

El primer enunciado ya posee una clara intención descortés debido, en primer lugar, al contenido proposicional, que muestra al referente como un político que no protege a los débiles. Esto se ve intensificado por la selección léxica (*traicionado*) y el operador

argumentativo *solo*, aquí utilizado de manera irónica. Este adverbio introduce un argumento insuficiente, que, en principio, no bastaría para dañar la imagen del político. La ironía surge del contraste entre este y el contenido de clara gravedad que aparece después: haber traicionado a los que le votan. De la misma forma, *solo* trasmite al oyente la sensación de que esta acción es simplemente una pequeña parte de las fechorías que este político puede llegar a perpetrar. Continuando con la reformulación, el correctivo *bueno* supone una precisión no de todo el enunciado anterior, sino solo de la expresión que aparece como complemento directo – *a los que te votamos*-. El nuevo ataque a la imagen se vuelve, por tanto, absoluto, ya que la traición afectaría a toda la nación. Del mismo modo, el segundo enunciado aparece como subrayado desde un punto de vista informativo, debido a que aparece como el más correcto, como la idea que mejor se ajusta a la realidad.

Otro de los conectores utilizados por FJL para introducir una corrección más violenta es *mejor dicho*. A pesar del menor grado de lexicalización de este elemento, ya aparece en el *Diccionario de conectores y operadores* de C. Fuentes Rodríguez (2009a) como un enlace con claro valor correctivo.

133. Y dirán ustedes→/ ¿pero cómo va a seguir igual ↑/ después de haber puesto un coche bomba↑/ matar a dos ecuatorianos↑/ no matar a doscientos/ pues/ de milagro↑?/ ¿cómo va a seguir igual↑?/ pues sí/ sigue igual↓/// mejor dicho/ sigue peor↓ (Cope, 10-04-07)

El hablante reproduce a través del estilo directo las supuestas palabras de sus oyentes, una interrogación que supone una queja e indignación ante la política terrorista del Gobierno, que, según el periodista, no cambia incluso tras un atentado que se cobró la vida de dos personas. FJL responde de manera afirmativa a esta cuestión, pero tras ello, y después de una larga pausa que enfatiza aún más el segundo enunciado, introduce una información con mayor peso, ya que supone una precisión a lo anteriormente dicho, y, además, afecta de manera más grave a la imagen del Gobierno: *sigue peor*. Esta construcción no es normativa, ya que el verbo *seguir* indica permanencia, por lo que no puede introducir adjetivos en grado comparativo. Con este “oxímoron gramatical”, el hablante lleva a cabo de manera sutil la difícil tarea de expresar, por un lado, la idea de estatismo del gobierno (no hace nada), y, por otro, la de su cambio a peor (lo poco que hace lo hace mal). El segundo enunciado (B) aparece, además, reforzado, y en una posición superior dentro de la escala argumentativa. El

hecho de que el oyente no se espere este tipo de contenido final refuerza aún más su fuerza, así como su carga descortés.

#### 5.2.1.3.3. Reformulación sin conector explícito

Podemos encontrar ciertos enunciados reformulativos sin la necesidad de que aparezca explícitamente un conector. En estos casos la desaparición del conector se debe a la naturaleza oral del discurso, así como a las inferencias que, debido al contexto, el mensaje produce en el oyente, lo que permite que este deduzca la relación, del tipo que sea, entre A y B, y asimile, por tanto, el sentido reformulativo del fragmento:

134. Este es el sumario del 11M↓/ El restario↓ (Cope, 16-04-07)

El hablante se corrige a sí mismo e introduce un neologismo que da lugar a un juego de palabras (*sumario/restario*), que utiliza para desacreditar la labor realizada por el juez instructor del juicio del atentado del once de Marzo en Madrid. La ausencia de nexos provoca la aparición de una conciencia colectiva que, gracias a la relación de antonimia que nos ofrecen ambas bases léxicas, se recomponga la relación discursiva entre ambos elementos. El periodista intenta, por tanto, hacer que el oyente participe en la (re)construcción del discurso, así como hacerle sentir bien, ya que aparece como alguien intelectualmente capacitado para llevar a cabo esa labor.

En el siguiente caso, el efecto descortés intenta atenuarse, debido a que el presentador se da cuenta de que en el primer enunciado se acusa al Gobierno de hechos realmente graves:

82. ¿Cuántas pruebas que hacían referencia a ETA ha falsificado este Gobierno↓?/ ¿La policía de este Gobierno↑? (Cope, 16-04-07)

Este es uno de los pocos casos en los que la reformulación se lleva a cabo para atenuar la gravedad de lo dicho, ya que, tal y como hemos visto en los anteriores ejemplos, esta es una operación discursiva que el hablante suele utilizar para introducir en segundo lugar un segmento especialmente grave y violento, que, además, aparece resaltado, por ser el que mejor se ajusta a sus intenciones comunicativas.

#### 5.2.1.4. Otras estrategias de intensificación

##### 5.2.1.4.1. Conectores aditivos

En el discurso de FJL encontramos lo que podríamos denominar una *descortesía por acumulación*. A los enunciados directos, a los ataques manifiestos a la imagen del otro, se suman continuamente otros más agresivos aún, de manera que se va produciendo una dinámica ascendente de descortesía que suele terminar en un clímax o momento álgido, que generalmente coincide con el final de una sección o una pausa para publicidad:

135. Dais risa↓/ vosotros no sois la izquierda↓/ sois la progresía de la pasta↓// sois un desecho/  
dais pena↓// me dais tanta pena que me voy a la publicidad/ que esta sí que es legal↓ (Cope, 04-04-07)

El periodista parece irse encendiendo cada vez más debido a la carga descortés que le insufla cada enunciado violento, que se vale de la fuerza del anterior hasta llegar a un punto máximo de agresividad solo frenado aparentemente por las pausas a las que el medio obliga. El hablante se basa, por tanto, en el recurso de retórica clásica denominado *acumulatio*, y, como resultado, obtenemos una descortesía clara y directa, sin ningún tipo de mitigación, en la línea de la *descortesía genuina* de las que nos habla J. Culpeper (1996).

En nuestra opinión, la aparición de los conectores aditivos se debe a este intento de acumular argumentos descorteses. Estos elementos son definidos por M. Seco (1998) como adverbios que expresan la idea de agregación. De la misma forma, en estudios como los de C. Fuentes Rodríguez (1987a) o M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999), se afirma que estos conectores “unen a un miembro discursivo anterior otro con la misma orientación argumentativa (4093). En este último estudio, estos autores afirman que la aparición del conector permite la inferencia de conclusiones a las que el oyente no llegaría si cada miembro apareciera de manera independiente, idea que intentaremos ilustrar mediante los siguientes ejemplos:

136. Luisa es alta

137. Luisa es alta y, además, bota muy bien el balón<sup>144</sup>

Del primer enunciado podemos deducir un amplio abanico de conclusiones: que Luisa puede arreglar una bombilla, que tendrá problemas de espalda o juega bien al baloncesto; el segundo enunciado restringe el número de conclusiones, que, en este caso, se ceñiría a la última de las citadas.

Entre los conectores aditivos más frecuentes encontramos *además*. C. Fuentes Rodríguez (1987a: 159) comenta que este elemento puede actuar dentro de la estructura argumentativa, en la medida en que marca la fuerza bien del argumento o conclusión más fuerte, bien una unión más intensa entre ambos, o, en último lugar, como modificador realizante de un determinado segmento enunciativo. Se pone de manifiesto a partir de esta definición la capacidad del elemento de conectar dos enunciados, resaltando informativamente el segundo de ellos.

Centrándonos en nuestros textos, este conector es utilizado por FJL para introducir un argumento especialmente escandaloso e hiriente. En el siguiente fragmento, el hablante pone en duda la imagen de independencia del Consejo Superior del Poder Judicial, dirigiéndose directamente a su presidente, Carlos Dívar:

71. Da horror ver lo que estás haciendo en el Consejo del Poder Judicial↓/// produce asco ver vuestro comportamiento con Garzón↓/// es repugnante que no os avergoncéis si quiera de que aparezcáis al lado de Rubalcaba que→/ además↑/ os pone medallas PENSIONADAS con pasta por delante↓ (Es Radio, 04-11-10)

Se intenta desacreditar la tarea del presidente del CSPJ (*da horror ver lo que estás haciendo en el CSPJ*), y para ello se aportan una serie de argumentos:

**Argum. 1:** Vuestro comportamiento con Garzón --- *da asco*

**Argum. 2:** Aparezcáis junto a Rubalcaba --- *siquiera os avergonzáis + MR (además os pone medallas...)*

El segundo argumento aparece introducido por el operador argumentativo *siquiera*, que, desde un punto de vista argumentativo, señala un argumento mínimo e insuficiente en la

---

<sup>144</sup> Ejemplos tomados de M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999: 4093).



escala (C. Fuentes Rodríguez, 2009a: 321). De esta forma, el ataque a estos magistrados es realmente grave, ya que, además de mostrarlos como capaces de realizar actos indecentes, aparecen como individuos que no sienten vergüenza por ellos, lo que supondría lo mínimo esperado o aceptable en cualquier persona. Al segundo argumento se le añade un segmento introducido por el conector *además*, que funciona argumentativamente como un modificador realizante (MR) que aporta un mayor peso y gravedad al enunciado anterior. Es decir, se critica a los jueces no solo por aparecer junto al ministro del Interior, sino porque cuando lo hacen es para que este les otorgue premios remunerados económicamente. El segmento introducido por *además* aparece resaltado, y el comportamiento que critica se muestra como el menos admisible desde un punto de vista moral, lo que daña en mayor grado la imagen de la institución. La subida entonativa también contribuye a enfatizar el elemento más cuestionable desde un punto de vista ético: PENSIONADAS.

Esta capacidad de *además* de introducir un elemento más fuerte en la escala argumentativa hace que, en ocasiones, vaya introduciendo un enunciado que, por excesivo, solo puede interpretarse de manera irónica:

138. He llegado a la absoluta convicción↓/ de que Rubalcaba/ en el fondo↑/ ni es calvo/ ni es del Madrid↓/ y además que le dijo a su madre que era niña↓/ vamos↓/ que nació engañando ya al personal↓ (Es Radio, 02-02-11)

En el siguiente caso, el enunciado introducido por *además* no resulta el más violento, pero sí el que el hablante considera más relevante:

11. De verdad↑/ yo es que le tengo tanta simpatía→/ que incluso ese prodigio de analfabetismo que es su blog me resulta/ gracioso o divertido↓// claro luego me acuerdo de la pensión que tiene esta inútil↓/ esta analfabeta↓/ que además está ahí representándonos a todos↓/ porque no se engañen↑/ nos representa todos↓// y entonces ya se me quitaaa laa risa↓ (Es Radio, 17-12-10)  
(Es Radio, 17-12-10)

A los insultos (*inútil*, *analfabeta*) el hablante añade el argumento que más puede indignar a los oyentes: lo peor de todo no es que no tenga preparación, es que nos representa a

todos y como tal le estamos pagando. El hablante fusiona aquí la intención de dañar la imagen de la dirigente<sup>145</sup> y la repercusión argumentativa con respecto al oyente.

En ocasiones *además* es utilizado para añadir un nuevo acto de decir, haciendo hincapié en la intención del hablante de aportar un argumento más. En estos casos el conector se situaría en un nivel superior, acompañando al verbo (implícito) de la enunciación:

139. Parecía imposible ser peor↓/ pero esta lo consigue porque/ además↑/ con esta cara de pánfila que se le ha puesto desde que es ministra↓/ pánfila es amigo de todo↓/ de todo y de todos↓// pan es el todo/ y fileo/ es amaaar↓ (Es Radio, 03-11-10)

El ataque a la ministra es realmente gravoso, ya que pone en cuestión su capacidad intelectual a través del insulto. El *DRAE*<sup>146</sup> define *pánfilo* como *tardo, bobalicón o tardo en obrar*. Este ataque aparece resaltado por situarse, gracias a *además*, en un nivel elevado: tras comentar una serie de defectos, este último argumento aparece como el que el hablante desea añadir, y al que da mayor relevancia. Finalmente, el periodista intenta, de manera burlesca, restar importancia o cubrirse las espaldas ante el insulto gracias al argumento – más bien falacia- etimológico.

Otro de los conectores aditivos más frecuentes es *encima*. Este, al igual que *además*, une dos miembros del discurso coorientados, pero se diferencian en que *encima* presenta el último como excesivo, dado que los argumentos anteriores ya eran suficientes para llegar a la misma conclusión (C. Fuentes Rodríguez, 2009a: 150).

140. Lo que creo es que tener a esta gentuza analfabeta↓/ gentuza porque ellos/ no se bajan la pensión↓/// gentuza porque ellos/ con dos legislaturas tienen todos los derechos habidos y por haber↓/// y gentuza porque MIENNNTEN↓/ más que hablan↓/// pero es que encima analfabetos↓ (Es Radio, 17-12-10)

---

<sup>145</sup> FJL se dirige en este caso a Lali i Chamoza, diputada socialista.

<sup>146</sup> Vigésimo segunda edición, versión electrónica.

FJL aporta una serie de argumentos que justificarían la descalificación de los miembros del Gobierno:

**CONCLUSIÓN:** son gentuza

**ARGUMENTOS:**

<porque>

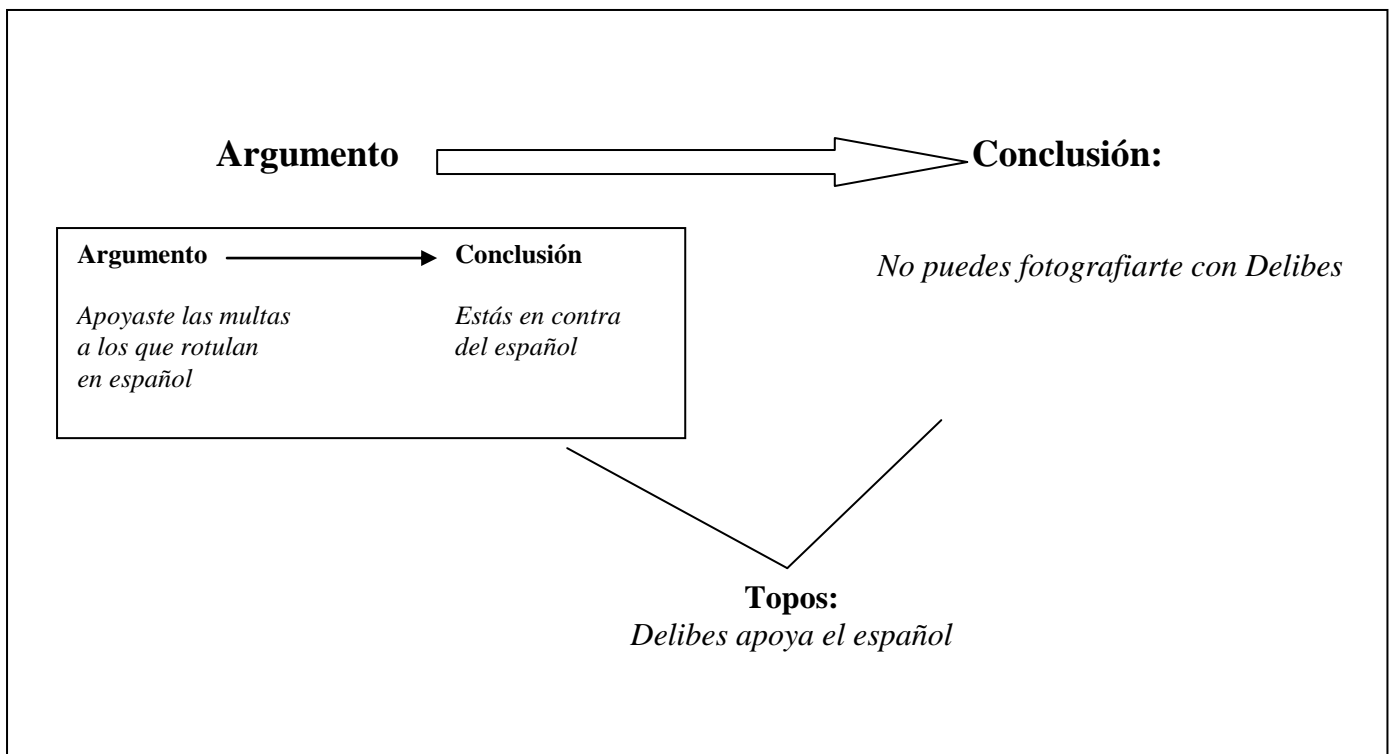
1. No se bajan la pensión
2. Tienen todos los derechos
3. Mienten
4. <encima> son analfabetos

Los tres primeros argumentos aparecen como suficientes para llegar a la conclusión. Sin embargo, el hablante decide añadir, a través de encima, un argumento más que la refuerce. Este aparece en un lugar superior en la escala, ya que se presenta, como indica C. Fuentes Rodríguez (2009a), como “excesivo, más allá de lo esperado y de lo que se considera normal” (150). A su vez, se muestra como el más hiriente y violento, así como el menos adecuado a este tipo de textos, ya que hace referencia de manera exagerada a la escasa lucidez y preparación intelectual o académica de ciertos políticos.

En el siguiente fragmento, encontramos que el hablante expresa su indignación ante el hecho de que el presidente del Gobierno haya estado presente en el funeral del escritor Miguel Delibes:

141. Si te has cargado↓/ si estás apoyando las multas a los que rotulan sus comercios en español en Cataluña↓/// ¿pero cómo te atreves/ encima/ a hacerte la foto con el difunto↓? (Es Radio, 15-03-10)

A través de la interrogación retórica el hablante expresa su indignación ante el hecho de que Zapatero se “fotografiase” con el difunto escritor. Este argumento nos lleva a la conclusión (implícita) de que Zapatero está en contra del español, que, a su vez, y debido a la recursividad de la estructuras argumentativas, apoya una conclusión posterior expresada a través de la interrogación: *¿pero cómo te atreves/ encima/ a hacerte la foto con el difunto?* La interrogación, por tanto, encierra una conclusión negativa que aparece enfatizada debido a que supone el hecho más excesivo, que, además, aparece tras un enunciado-argumento esgrimido con anterioridad que ya bastaba para justificarla.



**Gráfico 33. Estructura argumentativa del discurso de FJL**

Es más, el enunciado introducido por *encima* adquiere mayor fuerza debido a que lo dicho se presenta como inesperado por parte del hablante, que muestra cierta sorpresa ante lo que dice. En relación a esto, C. Fuentes Rodríguez (2009a) afirma que este conector “añade cierto valor de sorpresa” (150), reflejando así su relevancia en el plano modal.

Vemos que, a través de la utilización de estos conectores, se consigue este doble objetivo del hablante: persuadir al oyente y dañar la imagen de la persona de la que se habla.

Otros conectores aditivos se usan con menos frecuencia. La partícula *es más*, por ejemplo, introduce un argumento con mayor fuerza, a la vez que comenta el mismo tópico que el miembro anterior (M. A. Martín Zorraquino- J. Portolés, 1999: 4098):

142. Casi todo lo que le llamaría lo contempla el código penal↓// es más↑/ también el civil y el mercantil↓// denlo por dicho↓ (Es Radio, 02-11-10)

## 5.2.1.4.2. Operadores de énfasis

El hablante puede reforzar el contenido de lo dicho valiéndose de elementos especializados en realizar dicha tarea, pero que, a diferencia de los conectores, no necesitan de un segmento previo para aparecer. En este sentido hablamos de operadores. Estos, además de reforzar el contenido de lo dicho, pueden aportar un amplio abanico de significados discursivos.

FJL suele presentar un gran número de sus intervenciones introducidas por *es que*. M. Moliner (2008[1966-67]) define este elemento “como expresión muy frecuente que introduce una explicación, razón, disculpa o excusa” (1146). Otros autores resaltan su carácter reforzativo (J. Alcina – J. M. Blecua, 1975; A. M. Vigara, 1994). En esta línea se sitúa A. Briz (1995), para quien es un marcador de réplica, desacuerdo o duda dentro de un acto reactivo.

Hay quienes creen que el valor enfatizador de *es que* se debe a su estructura sintáctica. Estaríamos, por tanto, ante construcciones ecuacionales, en la que el verbo *ser* se sitúa entre dos segmentos equifuncionales y correferentes (R. Navas Ruiz, 1977; J. C. Moreno Cabrera, 1983), S. Gutiérrez Ordóñez, 1986; O. Kovacci, 1991; G. Herrero Moreno, 1992; M. J. Fernández Leborans, 1992 o L. Gómez Torrego, 1994):

143. Lo buenos es que tú no vayas

144. Lo que me gusta de ti es que eres buena persona<sup>147</sup>

C. Fuentes Rodríguez (1997a: 241) señala que su valor como introductor de enunciados pudo haberse originado a partir de este tipo de estructuras de enfatización, algunas más fijadas que otras: *lo cierto es que, lo que pasa es que, la verdad es que...* El operador mantiene el valor originario de realce del elemento que introduce, haciendo hincapié en lo que el hablante realmente quiere decir.

Esta autora señala que *es que* suele presentar el segmento siguiente como una excusa o justificación de lo anterior. En nuestros textos, este valor justificativo aparece con frecuencia en los fragmentos dialogales, es decir, en aquellos en los que el hablante recrea la voz del otro

<sup>147</sup> Los ejemplos (143) y (144) son de creación propia.

dentro de su propio discurso. Por ello, lo analizaremos como una estrategia propia de este tipo de texto en (5.2.4.)

Ahora, sin embargo, nos ceñiremos a los contextos en los que este elemento posee exclusivamente la función de enfatizar el contenido de lo dicho gracias a su claro valor enunciativo (*lo que quiero decir es que...*). Como aparece en el *Diccionario de conectores y operadores del español*<sup>148</sup>, *es que*, cuando mantiene ese valor justificativo, actúa como conector, ya que necesita un segmento previo coorientado al que apoyar; si, como en los casos que vamos a analizar ahora, tan solo actúa como marcador de énfasis del segmento que introduce, estaría funcionando como un operador informativo.

En el siguiente fragmento se enfatiza la falta de trabajo y la poca dedicación a sus obligaciones básicas en referencia al principal partido de la oposición:

145. Es que no estudian↓/ es que no trabajan↓/ es que no preparan la cosas pero ni un folio↓/ ni media cuartilla↓ (Es Radio, 03-11-10)

La geminación del operador asigna más fuerza, si cabe, a la crítica hacia el PP. Debemos recordar que el ataque a este partido suele centrarse en aspectos esporádicos o coyunturales (*no trabajan lo suficiente/ no están actuando adecuadamente*), a diferencia de los ataques hacia grupos ideológicamente contrarios, que se basan en aspectos esenciales, connaturales a los mismos (*son malos, son corruptos, son violentos por naturaleza*).

En ocasiones *es que* introduce un razonamiento que acabará con el ataque a la imagen de Zapatero:

146. Es que dentro de la fórmula de que unos agitan el árbol y otros recogen las nueces→ (3´) aquí/ del árbol del terrorismo/ nadie ha recogido más nueces que Zapatero↓ (Cope, 23-04-07)

Puede aparecer junto a otros elementos de énfasis, como ciertos conectores aditivos:

147. [...] pero es que si/ además↑/ el axioma de que no haciendo oposición se terminan ganado las elecciones también se demuestra falsa→[...] (Cope, 12-01-09)

---

<sup>148</sup> C. Fuentes Rodríguez (2009a).

*Es que* aporta mayor fuerza a todo el razonamiento, ya que este aparece como lo que realmente quiere decir el hablante. Tras ello, *además* se suma a una serie de argumentos anteriores, y asigna al enunciado siguiente una enorme fuerza, debido a que se presenta como el más relevante dentro de una serie anterior.

El periodista suele introducir ciertas informaciones a través del operador *incluso*. Este operador funciona eminentemente en la estructura argumentativa, introduciendo un argumento en una posición elevada en la escala, y suficiente para llegar a una determinada conclusión:

112. Que te hemos visto negociando con la ETA↓/ que te hemos visto engañando a la gente de forma tan desvergonzada que incluso después de que la ETA volara la T Cuatro/ con dos muertos/ seguiste negociando↓ [...] (Es Radio, 03-11-10)

La acusación más grave y suficiente por sí misma para atacar a Zapatero no es que negociara con la banda terrorista, sino que lo hizo tras los atentados. Este efecto argumentativo posee también una relevancia en el plano informativo, ya que el elemento introducido aparece realzado.

148. En algunos países hay jueces decentes↓/ incluso en España A VECES↓/ no muchos eh↑/ últimamente casi nadie↓/ pero/ se dan casos↓/// como epidemias↓// de pronto hay un brote de decencia en el Supremo↓ (Es Radio 10-11-10)

Se intenta atacar al estamento judicial español. Para ello, y en un tono irónico, el hablante presenta España como un país donde la decencia y honradez de los jueces es algo anómalo, excepcional. Así, el hecho de que existan jueces decentes, *incluso en España*, supone un argumento suficiente para llegar a su conclusión: en algunos países hay jueces decentes. Es decir, si en España los hay, los puede haber en cualquier sitio. En definitiva, el ataque es claro a la imagen de la judicatura de nuestro país. Este ataque se ve reforzado gracias a la aparición del complemento temporal marcado entonativamente (A VECES). Este actúa como un modificador realizante del segmento anterior, ya que apoya la conclusión que sugiere que España es un país de corruptos. Este MR, por tanto, provoca que la afirmación anterior -en España hay jueces decentes- aparezca como algo puntual que solo se da en ocasiones, y no como un hecho general.

De la misma forma actúa el operador *hasta*, situando al elemento que sigue como el suficiente, el mínimo para poder llegar a una determinada conclusión. En el siguiente fragmento el hablante está dando el teléfono de un determinado banco dentro de una cuña publicitaria. Este aprovecha el momento para dañar, a través del sarcasmo, la imagen de la ministra Leire Pajín:

149. Nueve cero uno/ dos dos dos/ dos dos cero↓//// fácil↓/ hasta Leire lo entendería↓ (Es Radio, 13-01-11)

En este caso *hasta* afecta a un solo elemento del enunciado: *Leire*. De este modo, la imagen de la ministra se ve gravemente dañada, ya que se sitúa en un punto alto de la escala, y hace presuponer que hay otros elementos por detrás que nos conducirían de manera más sencilla a la conclusión. La figura de Leire Pajín es tomada como un argumento no necesario, por excesivo, para justificar lo fácil que es aprenderse dicho número. Es decir, si ella es capaz de hacerlo, todos los oyentes podrán.

Del mismo modo, *hasta* introduce un segmento no esperado. Así, de entre todos los elementos que el hablante puede poner como ejemplo, elige el más sorprendente (C. Fuentes Rodríguez, 2009a: 182). En nuestro ejemplo, y debido a que se está haciendo referencia a cierta capacidad intelectual básica, el oyente no se espera que el presentador tome a un alto cargo del Gobierno como último argumento para realizar una tarea tan sencilla como aprenderse un número de teléfono. Por ello, esta estrategia conlleva un grave perjuicio hacia la imagen de la ministra.

En nuestra opinión, no creemos que este operador posea un valor intrínsecamente descortés, pero sí potencia el agravio a la imagen en un enunciado como este. Al situar a una persona como la ministra, que, en principio pertenece a la élite intelectual, en una posición elevada en la escala, es decir, como una prueba para garantizar la fácil comprensión del número de ofrecido, se potencia el agravio a su imagen básica.

La misma operación la encontramos ahora dirigida al ministro Rubalcaba, y mientras el periodista da la información meteorológica:

25. Si hay viento no hay niebla↓/ eso lo entiende hasta Rubalcaba↓ (Es Radio, 27-10-10)



En el siguiente ejemplo de nuevo encontramos el operador *hasta* al servicio de la ironía y el sarcasmo, en este caso, para atacar a un medio de comunicación de ideología cercana, pero, que, al igual que al PP, el hablante critica por faltar en ese tiempo a ciertos valores de derechas con los que tradicionalmente se había identificado:

150. En el ABC hay que dudar ya hasta de las esquelas↓/ salvo de la propia↓ (Cope, 16-04-07)

El hablante pone en duda la veracidad de las informaciones de este periódico, aludiendo irónicamente a que ni siquiera en las esquelas dicen la verdad. Finalmente, se añade una excepción en la que se vaticina la “muerte” próxima del diario.

### 5.2.1.5. La intensificación dentro de los márgenes oracionales

Como ya señalamos anteriormente, un hablante también puede mostrar su intención de intensificar el enunciado a través de recursos posicionados dentro del *dictum*. Estos intensificadores pueden situarse en un plano fónico, morfológico, sintáctico, o léxico-semántico, aunque, y como indica A. Briz (1998: 117), en la mayoría de las ocasiones esta intensificación aparece como resultado de la combinación de estrategias situadas en varios niveles.

#### 5.2.1.5.1. Plano morfosintáctico

Una de los recursos morfológicos más usados para realzar el contenido de lo dicho se basa en el procedimiento interno de la **sufijación**. El uso de aumentativos, por ejemplo, supone una herramienta de énfasis citada normalmente en los estudios de español coloquial (W. Beinhauer, 1991 [1963]; A. M. Vigarra, 1992; A. Briz, 1998).

Según la *Nueva gramática de la lengua española*, los aumentativos unen al contenido afectivo propio de todos los sufijos apreciativos la idea de aumento o ponderación (RAE, 2010). FJL suele utilizarlos para añadirlos a los nombres propios de las personas a las que se dirige:

151. Vamos a ver↓/ Ramón/ Ramón/ Ramonazo↓/// en una democracia/ uno dice lo que le da la gana↓ (Es Radio, 26-11-10)

Con respecto a *-azo/-aza*, la *Nueva gramática* le asigna un valor similar al del sufijo *-on/-ona*. Ambos pueden intensificar términos positivos o negativos. En el ejemplo anterior es utilizado para potenciar cierta idea de desmesura, por lo que predomina la connotación peyorativa hacia el ministro de la Presidencia, Ramón Jáuregui.

Sin embargo, es más frecuente que el periodista añada a estos nombres un morfema derivativo diminutivo. En principio, el uso del diminutivo suele identificarse con una intención afectiva de búsqueda y de familiaridad. En este sentido lo consideraron P. Brown y S. Levinson (1987 [1978]), para quienes la aparición de estos diminutivos hipocorísticos surgía como estrategia que atenuaba un potencial acto descortés:

“[...] diminutives may at large be seen as in group identity markers that fall into the sphere of our notions of familiarity, intimacy, and decreased psychological distance. Besides being indices of social closeness, diminutives may also function as ‘accelerators’ of intimacy among the strangers (P. Brown y S. Levinson, 1987 [1978]: 103)

El diminutivo constituye un recurso excesivamente familiar con respecto al tipo de texto en el que nos encontramos, lo que aprovecha el hablante para mostrarse falsamente afectivo hacia la persona objeto de su crítica. Encontramos, por tanto, que FJL utiliza este tipo de estrategias para potenciar la descortesía del acto de habla. Diversos autores han puesto de manifiesto que el diminutivo también puede utilizarse de manera irónica para mostrar la actitud peyorativa del hablante (W. Beinhauer, 1991[1963]; A. M. Vígara, 1992; Reiner, 1994; M. A. Castillo Carballo – J. M. García Platero, 2006). Con esta finalidad despectiva es utilizado por FJL:

71. ¿poder judicial independiente↑?/// tan independiente como tú de la virtud/ Carlitos↓ (Es Radio, 04-11-10)

Como indicaban P. Brown y S. Levinson (1987 [1978]), el diminutivo acelera el acercamiento y la intimidad entre extraños, pero este acercamiento, aparece como excesivo e hiriente, primero, porque es inapropiado en este tipo de texto formal, y segundo, por que surge tras una dura crítica a la imagen de la persona. El hablante, por tanto, se toma unas confianzas que no le corresponden, y se sitúa en una posición cercana y retadora con respecto

a la persona de la que habla. Tanto es así, que se puede llegar a la mofa o a la burla, por ejemplo, introduciendo el hipocorístico con la variante diatópica del diminutivo, según el origen del personaje:

84. Bien/ Pepiño/ pues la leyes las incumples tú/ en primer lugar↓/ luego tu gobierno↓/ y de después tus amigos los nacionalistas↓ (Es radio, 26-11-10)

El ministro de Fomento, el gallego José Blanco, es conocido como Pepiño en diferentes círculos familiares y de amigos de partido, pero este apodo cariñoso es usado también en diversos medios de comunicación para referirse a él de manera burlesca. Tanto se ha extendido la costumbre, que el propio ministro declaró públicamente su deseo de que no lo nombraran más de tal forma. FJL se vale de esta queja para aumentar la burla, mediante la creación de un nuevo apelativo absurdo:

152. Hoy no va a llover↓ [...] a lo mejor caen chuzos de punta/ pero FINANCIEROS↓/ meteorológicos↓/ o/ como diría/ don Josefiño↓/ metereológicos↓ (Es Radio, 04-02-11)

La parodia surge del contraste. El neologismo mezcla la fórmula de distanciamiento *don* con el diminutivo hipocorístico regional – *iño*. La burla, por tanto, aparece intensificada.

Como ya indicamos *supra*, el periodista suele elegir la variante diatópica del diminutivo según el origen del político del que desea mofarse:

153. Y si no / ahí tenemos a la guerrillera heroica para montarles el pollo↓/ la Begoñita↓ [...] Begoñita/ Begoñica/ como allí en Murcia usan el –ico→/ igual que en Aragón→/ y en Cuba→/ pues Begoñica↓ (Es radio, 13-01-11)

Cuando el diminutivo no se asigna a un nombre propio, se observa con claridad que la intención irónica no recae, como sucedía en los hipocorísticos, en dicho sustantivo, sino en todo el enunciado:

154. Vamos a ver Esteban→/ ¡anda↓!/ coge un papelito↓/ coge un papel/ apunta↓// ¿qué sabía↑/ cuando Rubalcaba dirigía↑/ según confesión del hombre de confianza [...] cuánto sabía de los crímenes↓? [...] pero pregunta eso↓/ no que qué les parece matar etarras↓/ porque te van a decir que a ellos les parece bien↓↓/ y la gente les aplaudirá y les votará/// que es que estáis tontos↓ (Es Radio, 10-11-10)

155. Vamos a ver si el señor juez se esmera un poquito más↓ (Cope, 12-04-07)

Ambos diminutivos ponen de manifiesto el sentido de mofa o burla que el hablante asigna a todo el enunciado. El efecto peyorativo y crítico no recae, por tanto, en elemento sufijado (*papelito*, *poquito*) sino en todo el acto de habla. El carácter irónico de la invitación del ejemplo (153) aparece enfatizado por la aparición de la interjección apelativa (*¡anda!*), que, a su vez, aporta una mayor carga expresiva al fragmento

El diminutivo puede acompañar incluso a un verbo en participio, de manera que se intensifica, por un lado, la carga negativa de su significado, y, por otro, la intención burlesca y despectiva de quien lo emite:

156. Zapatero va estar agarradito ahíiiii↓/ de los faldones de la banda criminal↓ (Cope, 10-01-07)

La intensificación de un determinado elemento de la oración también puede conseguirse a través de mecanismos morfológicos externos, por ejemplo, utilizando **adverbios** que intensifiquen las cualidades negativas intrínsecas de determinados adjetivos. C. Fuentes Rodríguez (2006a) denomina a este tipo de adverbios “intensificadores o marcadores de grado”, que “están situados en dirección ascendente, por encima de lo considerado <<normal>>, que sería lo expresado por el adjetivo” (36). Entre estos podemos encontrar el adverbio *más*, que, además de intensificar la cualidad del adjetivo, establece una comparación

75. Es difícil comportarse/ de una manera/ más servil↓ (Es Radio, 04-02-11)

También funcionan como intensificadores de la cualidad adverbios originados a partir de términos que indican totalidad. Es el caso de *absolutamente*:

157. [...] estos/ sindicatos/ absolutamente feroces y violentos↓ (Es Radio, 27-10-10)

Estos adverbios funcionan como operadores apreciativos intensificadores. Aquí se subraya la indignación del hablante ante lo dicho, acercándose, por tanto, al valor modal que el adverbio puede adquirir en ciertos contextos.

Otros adverbios como *realmente* o *verdaderamente* llevan a cabo esta función intensificadora pero desde el ámbito de la enunciación. Estas unidades centran su énfasis en el decir, proporcionando relevancia al segmento al que modifican (C. Fuentes, Rodríguez, 2007d: 11).

158. De verdad/ es una cosa/ verdaderamente/ IRRITANTE↓ (Es Radio, 01-02-11)

No nos encontramos exactamente ante una cuantificación de la cualidad (*muy irritante*), sino ante una estrategia enunciativa que subraya ese rasgo por encima de los otros, lo que obliga al oyente a centrar su atención en él. (Ibid. 12)

El contenido peyorativo de un término, en este caso un sustantivo, también puede verse intensificado a través de la aparición **adjetivos** que lo modifiquen, sobre todo si estos poseen valor absoluto y totalizador:

159. Esta es la prueba de la rendición TOTAL y ABSOLUTA del PSOE↓ (Cope, 04-04-07)

Siguiendo a C. Fuentes Rodríguez (2009a: 292), aquí *total* es un adjetivo cuantificativo de intensificación, cuyo significado equivaldría a *completo*. Por supuesto, la subida entonativa contribuye al realce de la aserción.

En ocasiones el adjetivo cuantificador actúa de manera más clara en la estructura enunciativa:

138. He llegado a la absoluta convicción↓/ de que Rubalcaba/ en el fondo↑/ ni es calvo/ ni es del Madrid↓/ y además que le dijo a su madre que era niña↓/ vamos↓/ que nació engañando ya al personal↓ (Es Radio, 02-02-11)

Con la expresión *he llegado a la absoluta convicción* el hablante presenta, valiéndose de un registro formal, la información siguiente como algo de lo que está realmente seguro,

expresando su total compromiso ante lo dicho. El efecto humorístico surge del contraste entre esto y el contenido absurdo del enunciado siguiente. En realidad, el hablante intensifica el acto de habla, rasgo estilístico que caracteriza su discurso. Sin embargo, expresa de manera “falseada” o irónica su seguridad y certeza ante el enunciado, lo que da como resultado un alejamiento o falta de compromiso ante sus palabras.

Se puede intensificar incluso el insulto, reforzando, por tanto, el efecto descortés que le es innato:

160. Sánchez Manzano/ gran embustero/ paciencia↓ (Cope, 04-04-07)

Todos estos elementos adjetivales actúan, dentro de la estructura argumentativa, como modificadores realizantes (O. Ducrot, 1995), acrecentando la fuerza de un elemento que apoya una determinada conclusión. En nuestro caso, potencian la carga peyorativa del elemento, de manera que el ataque a la imagen del otro se ve intensificado.

Otra de las formas de realce intraoracionales consiste en intensificar el grado del adjetivo, normalmente, a través del superlativo:

161. [...] ¿pero cómo va ser normal si dices que estamos ante una crisis gravísima↑/ con unos efectos que pueden ser demoledores/ terribles y catastróficos↓?// ¿cómo va ser normal↓? (Es Radio, 17-12-10)

162. Pero aquí lo fundamental es que estamos hablando/ del crimen PEOR/ que puede cometer la policía↓ (Es Radio, 02-02-11)

163. Rubalcaba es lo peor↓ (Es Radio, 14-01-11)

En el último caso, el hecho de marcar el adjetivo como neutro – *lo peor*-, origina, a la hora de referirse a una persona, cierta cosificación que intensifica la intención despectiva del enunciado. El superlativo absoluto permite sobreentender el segundo término: *el peor (de todos)*. En el caso del adjetivo neutro, este segundo término se hace más extenso: *lo peor (de todo y de todos)*<sup>149</sup>.

---

<sup>149</sup> También es usual encontrar la variante *es de lo peor*.

En cuanto al nivel sintagmático, ya hemos hecho referencia a que la descortesía del discurso de FJL parece ser de tipo acumulativa. En este sentido, el hablante intenta resaltar ciertos segmentos claramente violentos a través de la **repetición** de los mismos<sup>150</sup>. M. P. Garcés Gómez (2010) define la repetición como “un fenómeno que consiste en la sucesión de dos o más elementos que cuentan con una parte o con la totalidad de sus elementos comunes. Esos segmentos pueden estar constituidos por palabras, miembros de un enunciado o enunciados completos” (365).

Entre las muchas funciones que posee esta operación acumulativa, nosotros nos centraremos en su valor para realzar el segmento repetido. Así, para A. M. Vigara (1992), nos encontramos ante “uno de los procedimientos de realce más productivos de la lengua coloquial, que consiste en la repetición insistente y redundante del término o valor intensificado” (147). A través de este fenómeno que se entronca con el recurso de retórica clásica denominado *acumulatio*, el hablante puede intensificar la cantidad o la cualidad, pero también mostrarse más seguro y convencido ante lo que dice. Es otra forma, por tanto, de enfatizar la fuerza asertiva del enunciado.

FJL, por ejemplo, suele repetir la parte del enunciado, en ocasiones una sola palabra, que contiene la mayor ofensa hacia la persona a la que se refiere:

164. [...] ¿y qué decía↓?/ pues bobadas/bobadas↓ (Es Radio, 17-12-10)

165. El malísimo Cándido/ pero malo malo malo↓ (Es radio, 13-01-11)

En ocasiones lo que se repite es el adverbio que intensifica el insulto, por lo que este aparece con más fuerza si cabe:

25. Si hay viento no hay niebla↓/ eso lo entiende hasta Rubalcaba↓/ que este fin de semana se ha revelado como lo que es/ una persona tan tan tan limitada/ tan alfabetizable→ [...] (Es Radio, 27-10-10)

<sup>150</sup> Entre la variada tipología de este fenómeno, podemos distinguir, por un lado, la repetición hecha por el propio hablante (auto-repetición), y, por otro, la que emite el interlocutor (alo-repetición). Como es lógico, y debido al carácter monologal de nuestro discurso, nosotros nos centraremos en el primer tipo. Sin embargo, cuando analicemos los textos en los que FJL reproduce la voz del otro, dando lugar a un discurso de marcado carácter dialógico, trataremos las repeticiones del segundo tipo.

El hablante puede repetir varias veces un término que, si bien no es un insulto, debido a su aparición reiterada y estratégica en el discurso, puede suponer cierto perjuicio a la imagen del referente:

70. HOY MISMO↓/ si estuvierais contra la ETA↓/ en lugar de necesitados de la ETA para hacer/ como que hacéis algo↓/ hoy mismo echabais a la ETA de cuarenta y tres ayuntamientos↓/ y se quedaban sin un euro↓ (Es Radio, 12-01-11)

El hablante repite constantemente el nombre de la organización terrorista en un discurso dirigido al Gobierno. Estamos ante un mecanismo de grabación muy típico de la publicidad. Su finalidad es que en la mente del oyente permanezca la idea de la relación ETA- Gobierno.

En otras ocasiones, se observa de manera más clara aún la idea de que el hablante repite claramente aquello que quiere enfatizar, sobre lo que no desea que el oyente tenga ninguna duda:

81. Como es un ser que carece de escrúpulos→/ le parece que los medios están para manipularlos↓/ no manejarlos siquiera↓/ no/ no/ manipularlos↓ (Es Radio, 02-11-10)

Como veremos en (5.2.3.), es frecuente remarcar la figura del político al que se critica a través de la repetición del pronombre de segunda persona:

166. Pero si no hemos tenido otra cosa que manipulación↓/// pero/ ZP/ fuiste tú el primero que hablaste de terroristas suicidas↓/ el mismo 11M↓/ pero no Pepiño↓/ tú/ tú/ TÚ/ TUUUUUUUUUUU/ sí sí/ tú/ tuuu/ tú en persona↓ (Cope, 23-04-07)

El hablante, en este caso, repite insistentemente el pronombre con el que se refiere al presidente del Gobierno, marcando de manera muy fuerte la culpabilidad de ese interlocutor ficticio (alocutario), y subrayando la fuerza de la acusación.

Otra de las estrategias eminentemente sintácticas que FJL utiliza para reforzar la aserción de un enunciado descortés u ofensivo se basa en el uso estratégico de las llamadas **construcciones adverbiales impropias** (A. Narbona, 1990). Estas construcciones son utilizadas en español para expresar, dentro de una oración compleja, las ideas lógicas de la



causa, la consecuencia, la finalidad, la comparación, la condición o la concesión<sup>151</sup>. A excepción de las consecutivas o las comparativas, que poseen cierta tendencia a intensificar la cantidad o la cualidad, estas estructuras oracionales no están especializadas en realzar enunciados o partes del mismo. Sin embargo, FJL se vale con frecuencia de este tipo de estructuras para resaltar el contenido de lo dicho, encerrando el ataque más directo a la imagen dentro de la idea lógica de la causa, consecuencia, concesión... Así, pensamos que esta tendencia a utilizar las adverbiales impropias para intensificar el efecto descortés de su enunciado es un rasgo característico del estilo personal de este periodista.

Entre las adverbiales más utilizadas se encuentran las que indican consecuencia. Como ya hemos señalado, la construcción consecutiva está codificada para completar una intensificación previamente formulada en el enunciado. En el siguiente caso, el hablante muestra los sindicatos como grupos violentos. Cualidad que aparece intensificada a través del adverbio (*tan*) y la posterior construcción consecutiva:

167. Yo empiezo a pensar que estos/ sindicatos/ absolutamente feroces y violentos↓// tan violentos/ que para muchos/ deberían ser considerados organizaciones terroristas↓ (Es radio, 28-01-11)

A pesar de que el hablante se quita responsabilidad situando a otros como enunciadorees (*para muchos*), la construcción consecutiva expresa su intención de mostrar a los sindicatos como grupos excesivamente violentos.

De la misma forma, estas construcciones son muy utilizadas para la creación de insultos a través de expresiones coloquiales del tipo:

168. [...] usted tiene una cara que se la pisa↓ (Cope, 10-04-07)

A pesar del alto grado de lexicalización de este tipo de estructuras, A. I. Álvarez (1999: 3777) comenta que son plenamente consecutivas, entre otros motivos por la coincidencia en lo que a su curva melódica se refiere. Para este autor, en estas construcciones ha desaparecido el antecedente (*tal, tan, tanto*), sustituido por determinativos como *un/a* o *cada*. La

---

<sup>151</sup> Algunos autores, como el propio A. Narbona (1990) o L. Flamenco (1999), comentan que también podemos situar a las construcciones adversativas dentro de este grupo.

expresividad de este tipo de expresiones enfáticas proviene del sentido consecutivo originario, interpretado por el oyente, sobre todo, gracias a la aparición del nexa *que*.

El hablante, FJL, suele tildar de culpables a los miembros de grupos ideológicos contrarios: culpables de engañar a los ciudadanos, culpables de negociar con terroristas, culpables de la crisis, culpables de la corrupción... La mejor manera de expresar esta culpa, esta responsabilidad del otro, es a través de la utilización de construcciones causales:

169. A algunos deberían juzgaros↓/ porque lo que habéis hecho con la ETA/ y lo que queréis volver a hacer es/ un crimen↓ (Es Radio, 11-01-11)

La estructura causal puede encerrar el insulto:

170. Iñaki no sé si se salvará↓/ porque es muy hipocritón↓/ síii ahora dice que estáaa/ triiiiste↓/ porque se metía con Aznar↓/ je↑ (Es Radio, 13-01-11)

A veces la construcción causal no pertenece al plano del enunciado, sino al de la enunciación:

171. Si *El País* no mintiera tanto como Rubalcaba→/ porque son la misma cosa→/ resultaría más interesante↓ (Es Radio, 02-11-10)

La afirmación *porque son la misma cosa* no se presenta como una causa de lo dicho anteriormente, sino como una explicación o justificación que hace el hablante acerca de por qué lo ha dicho: *si El País no mintiera tanto como Rubalcaba, y yo digo esto porque son la misma cosa*. La pausa contribuye de manera decisiva a situar este tipo de construcciones en un lugar externo a la predicación, y dentro del plano enunciativo. Estas causales de la enunciación suelen utilizarse para, además de aportar énfasis al enunciado, justificar por qué el hablante ha seleccionado un término concreto:

140. Lo que creo es que tener a esta gentuza analfabeta↓/ gentuza porque ellos/ no se bajan la pensión↓/// gentuza porque ellos/ con dos legislaturas tienen todos los derechos habidos y por haber↓/// y gentuza porque MIENNNTEN↓/ más que hablan↓/// pero es que encima analfabetos↓ (Es Radio, 17-12-10)

El periodista intenta justificar la elección del insulto (*gentuza*), lo que, en principio, podría tomarse como un intento de atenuar el contenido del mismo. Sin embargo, esta justificación se va encadenando con otra, y después con una tercera, dando lugar a una espiral ascendente donde la descortesía aparece cada vez más intensificada.

De la misma forma, las construcciones finales pueden encerrar las intenciones “maléficas” de los personajes cuya imagen se desea atacar:

130. ¿Esto qué es↓? [...] una utilización partidista y miserable del terrorismo para machacar a las víctimas↓ (Cope 23-04-07)

172. [...] es que además es el portavoz del gobierno del Gal↓/ es que además pagó para destruir pruebas del Gal↓ (Es Radio, 28-01-11)

En ocasiones la intención del hablante de resaltar la finalidad del hecho es tal, que el inicio de la construcción final (*para + infinitivo*) aparece con una pronunciación marcada:

162. Pero aquí lo fundamental es que estamos hablando/ del crimen PEOR/ que puede cometer la policía↓// que es colaborar con el terrorismo etarra↓/ PARA IMPEDIR/ que actúe la policía española↓/ con la colaboración de la francesa↓ (Es Radio, 02-02-11)

En cuanto a las construcciones concesivas, podemos afirmar que, desde un punto de vista argumentativo, estas poseen la capacidad de introducir un argumento antiorientado, contrario a la conclusión, pero que finalmente se ve anulado:

Aunque no es guapa, tiene mucho dinero	—————▶	me casaré con ella
( <b>argum. Antiorien.</b> )/ ( <b>argum. Coorientad.</b> )		<b>CONCLUSIÓN</b>

FJL se vale, por tanto, de la concesión para introducir un comentario negativo de la persona de la que habla, incluso cuando no tiene más remedio que admitir que ha cometido algún acto positivo:

173. La policía de Rubalcaba↓/ pues aunque sea a empujones ya ha detenido/ a uno de los agresores↓/ detuvo ayer/ a uno de los presuntos agresores/ deeeel del consejero de Cultura e Murcia↓ (Es Radio, 13.01-11)

El periodista da una información que se refiere a que la policía ha detenido al presunto autor de las agresiones a un miembro del PP de Murcia. Nos encontraríamos ante un acto de habla que puede suponer cierta alabanza a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, y, por extensión, hacia su jefe, el ministro del Interior. Sin embargo, la estructura concesiva introduce un comentario en el que se infravalora dicha acción, ya que aparece como fruto de las continuas presiones a las que se ha sometido a la policía desde diferentes sectores de la derecha española. Así, si desde un punto de vista sintáctico y argumentativo, lo expresado en la concesión se ve, finalmente, anulado, desde el punto de vista de la (des)cortesía verbal, el ataque queda ahí, y el consecuente daño a la imagen del otro también permanece.

En cuanto a las construcciones condicionales, y como forma de enfatizar lo expresado, el hablante suele valerse, sobre todo, de las denominadas condicionales potenciales<sup>152</sup>. Como indica E. Montolío (1999), en este tipo de construcciones “el hablante presenta una acción venidera y muestra su vacilación ante la probabilidad de la realización del suceso [...] El hablante utiliza esta estructura también para imaginar situaciones claramente diferentes a las actuales” (3668):

70. HOY MISMO↓/ si estuvierais contra la ETA↓/ en lugar de necesitados de la ETA para hacer/ como que hacéis algo↓/ hoy mismo echabais a la ETA de cuarenta y tres ayuntamientos↓/ y se quedaban sin un euro↓ (Es Radio, 12-01-11)

174. ¿Pero cómo se atreve/ a decir que tenían que estar por méritos profesionales↓?/// pero si fuera por méritos profesionales/ usted estaría en una magistratura de trabajo↓ (Es Radio, 13-01-11)

En la prótasis, por tanto, encontramos situaciones que el hablante presenta como muy diferentes a la realidad: *que el Gobierno esté contra la ETA/ que el ascenso de los jueces sea*

---

<sup>152</sup> Lo normal es que en las condicionales potenciales estén constituidas por el esquema <si + imperfecto de subjuntivo + condicional>, pero también podemos encontrar casos en que el verbo de la apódosis se encuentre en pretérito imperfecto, como en el ejemplo (70), lo que supone un uso no normativo, pero muy extendido en el registro coloquial (E. Montolío, 1999).

*por meritos profesionales; y en la apódosis las pruebas concluyentes de que esto es así: no echáis a la ETA de lo ayuntamientos/ usted no está en una magistratura de trabajo.*

#### 5.2.1.5.2. Plano léxico-semántico

El hablante también puede expresar énfasis a través del significado propio de los términos utilizados. Estos se dedicarán a subrayar cantidades y cualidades, pero, a su vez, supondrán un refuerzo de la aserción y un potenciador de la carga argumentativa de ciertos elementos. Entre las expresiones que refuerzan la cantidad, encontramos algunas como *ignorancia enciclopédica*, *infinitos desconocimientos* o *pasta gansa*. Esta última es una expresión coloquial que hace referencia a una cantidad abundante de dinero ganada con facilidad:

94. Ayer Mariano dio un recital de estupidez/ de falta de preparación/ de ignorancia enciclopédica y de cara dura↓ (Es Radio, 04-11-10)

175. Tú/ tú/ que eres la ignorancia simpática↓/ se te ha olvidado↓/ desconoces↓/ no sabes↓/ uno de tus infinitos desconocimientos↓/ desconoces que el partido que está en la Internacional Socialista con el tuyo↓/ los ADECO↓/ social democracia↓/ los socialdemócratas [...] (Cope, 17-02-09)

131. Estas oenegés que ahora reciben la pasta gansa de Bibiana y sus bibianos (Es Radio, 15-03-10)

En cuanto a las expresiones que refuerzan la cualidad, podemos señalar algunos adjetivos como *grotescas*, que en nuestro contexto enfatiza lo inadecuado de unas declaraciones de Zapatero, o *extraordinario*, utilizado de manera irónica para enfatizar la anómala oposición del PP:

176. Ya le pasó este fin de semana en unas declaraciones grotescas (Es Radio, 15-03-10)

177. Va a ser un momento extraordinario (Es Radio, 2-11-07)

178. Zapatero/ cuando estaba en plan Forrest Gump eufórico// ahora es Forrest Gump deprimido (Es Radio, 22-11-10)

En el último ejemplo los adjetivos *eufórico* (muy alegre) y *deprimido* (muy triste) expresan de manera enfática los distintos estados de ánimo que el periodista asigna al presidente del Gobierno.

Estos términos hacen referencia a cualidad situadas en una posición elevada dentro de la escala argumentativa, dando como resultado una estrategia que aúna la intensificación y la valoración.

#### 5.2.1.5.3. Plano fónico

Ante la ausencia de imágenes, en la radio la palabra hablada cobra especial relevancia. M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) afirman que el locutor radiofónico debe dotar a su enunciado de una carga comunicativa, intelectual y emocional, de manera que las palabras tengan el poder de evocar, de sugerir, de mostrar gravedad, complacencia, irritación o alegría. La palabra hablada, por tanto, es carta de presentación del locutor ante sus oyentes, y su forma de pronunciar, un recurso esencial para mostrarse creíble y cercano.

FJL hace uso de un amplio abanico de recursos fónicos con la finalidad de que su mensaje llegue de una manera más convincente, que se haga más creíble. Estos recursos, por tanto, están íntimamente ligados a la expresividad y a la finalidad persuasiva del discurso.

Repartiremos estas estrategias en los tres ámbitos en los que A. Hidalgo Navarro (2006b) divide el plano fónico: el segmental, el suprasegmental y el paralingüístico.

##### 5.2.1.5.3.1. *Ámbito segmental:*

Nos referiremos aquí a fenómenos relacionados con la pronunciación sistematizada de los fonemas y sus variantes (alófonos). Podemos citar, por ejemplo, el alargamiento fónico, recurso que utiliza habitualmente FJL para resaltar un determinado segmento. En su estudio sobre el lenguaje publicitario, S. Alcoba y D. Poch (2006: 37) señalan que el intento del hablante de alargar ciertos sonidos tiene como objetivo llamar la atención sobre lo que se marca.

179. Rubalcaba/ AMIGO Rubalcaba/ como sieeeempre/ en cuanto le aprietan huye (Es Radio, 26-01-11)

El periodista intenta proyectar una imagen cobarde del ministro del Interior (*en cuanto le aprietan huye*). A esto suma la idea, a través del enunciado parentético (*como sieeeempre*) de que este es un comportamiento habitual en él. El alargamiento vocálico intensifica esta idea y presenta este tipo de comportamientos como una costumbre.

El alargamiento puede ir acompañado de otros recursos de intensificación:

166. Pero si no hemos tenido otra cosa que manipulación↓/// pero/ ZP/ fuiste tú el primero que hablaste de terroristas suicidas↓/ el mismo 11M↓/ pero no Pepiño↓/ tú/ tú/ TÚ/ TUUUUUUUUUUU/ sí sí/ tú/ tuuu/ tú en persona↓ (Cope, 23-04-07)

El posible efecto descortés de este fragmento está basado en la idea de la culpa, en la acusación. Para ello se intenta remarcar a esa segunda persona, a la que se quiere presentar como culpable, mediante su aparición a través del pronombre *tú*. Este elemento aparece enormemente reforzado debido a la repetición, a la subida entonativa y al alargamiento vocálico.

Este tipo de alargamientos también sirve para, junto con la entonación paródica, reproducir de manera burlesca las supuestas palabras de otro:

170. Iñaki no sé si se salvará↓/ porque es muy hipocritón↓/ síii ahora dice que estáaa/ triiiiste↓/ porque se metía con Aznar↓/ je↑ (Es Radio, 13-01-11)

En ocasiones la parodia se basa en reproducir de manera exagerada determinados rasgos o costumbres fónicas de una persona. En este caso, el hablante trata de poner de manifiesto lo forzado y poco natural de la dicción de Zapatero, que, según el periodista, alarga demasiado la /s/ de final de palabra:

180. Y en ese momento/ de pronto/ ¡pap!↓// le da una subida al termostato↓/ PORQUEEEE→/ PORQUEEE→/ LO QUE NECESITAMOSSSSS →(3´´) ssssss/ y cuando dice ssssssss es que está alto de vapor↓ (Es Radio, 15-03-10)

Estamos ante lo que T. Navarro Tomás (1974: 171) denomina *pronunciación afectada*, rasgo que tiende a caracterizar al hablante, en este caso a la persona cuyo discurso se reproduce, como una persona redicha y excesivamente preocupada por seguir la pronunciación académica. El discurso continúa, y el periodista sigue resaltando esa costumbre del político, que le hace parecer además de cursi, poco natural:

181. Ya le pasó este fin de semana en unas declaraciones grotescas↓/ también ahí en el congreso de la gerontocracia del PSOE↓/ el clan de la tortilla↓/ cuando/ hablando de Miguel Delibes→/ del que por lo visto leyó alguna solapa en algún tiempo→/ dijo↓// *le debemos mucho/ como paíssssss*↓ (Es Radio, 15- 03-10)

Tras ello, el hablante se adueña de esta característica fónica, ya que continúa mostrando ese alargamiento consonántico, pero ya no en el discurso referido, sino en el suyo propio:

182. ¡Pero qué jeta tienes/ Zapatero↓!/ sssssssssss↓// también es de la serpiente/ la película↓ [...] Ahora↓/ viendo a estos analfabetos funcionales que han acabado con la enseñanza↓/ y que aplauden que se multe al que rotule en español↓/ en el idioma de Delibes↓/ en español↓/ un modesto comercio en Cataluña/ pues→ (3´´) ¿qué quieren ustedes↓?/ hasta la hipocresía debería tener sus límites↓/// sus límitesssssss↓ (Es Radio, 15- 03-10)

El alargamiento fónico termina siendo un recurso eco que nos recuerda a Zapatero y su forma de hablar afectada. Así, el político aparece como alguien poco natural, falso, como un hipócrita que se saca la foto con el cadáver de M. Delibes, pero que a la vez está a favor de las multas en Cataluña por rotular en español. En definitiva, como alguien que, cuando está en público, disfraza su discurso con unos rasgos fónicos cursis y artificiales.

También es una estrategias propiamente segmental la utilización de ciertas relajaciones articulatorias:

109. Mariano/ eres una ruina para la derecha/ eres una ruina↓/// en este año te has cargao al PP↓ (Cope, 12-01-09)

A pesar de que la desaparición de esta /d/ intervocálica en los participios es un rasgo muy extendido en español, no solemos encontrar esta característica en el discurso de FJL,



salvo en casos en los que dicho verbo posee un significado negativo, y se utiliza para enfatizar el daño a la imagen del referente.

En ocasiones, se recrean relajaciones articulatorias propias de las hablas meridionales. Estos rasgos se presentan como vulgares, por lo que sirven al periodista para ridiculizar la actitud o el comportamiento de un determinado político:

183. Ahora bien↓/ nos va a salvar la oposición↓/ porque ayer/ Mariano Rajoy→// Mariano Rajoy/  
cuando saca to lo que lleva entro→/ nos deja sobrecogidos↓ (Es Radio, 17-11-10)

#### *5.2.1.5.3.2. Ámbito suprasegmental*

A. Hidalgo Navarro (2006b) afirma que dentro de este ámbito se encuentran “fenómenos fónicos que recubren unidades superiores al fonema como la sílaba, la palabra, el sintagma o la oración” (967). Entre ellos podemos destacar procedimientos como la pronunciación marcada, la entonación o el ritmo.

FJL suele pronunciar de una manera más marcada determinados segmentos que desea resaltar. Se produce, por tanto, un énfasis en la intensidad del acento, gracias al aumento de la tensión articulatoria. Este tipo de estrategias fónicas es muy útil para reforzar la intención despectiva del hablante:

“Se aplica especialmente esta manera de énfasis a la ratificación y apoyo del valor de las palabras, y a veces a la proyección amplificada de ese mismo valor con intención contradictoria, peyorativa o burlesca.” (T. Navarro Tomás, 1974: 164-165)

C. Fuentes Rodríguez (2007a: 31) comenta que el hecho de que el hablante intensifique la fuerza articulatoria de un determinado segmento también puede tener relevancia en la estructura informativa del enunciado, ya que este elemento aparece como focalizado.

FJL utiliza este mecanismo como estrategia de realce y focalización con respecto a un determinado elemento de su enunciado. Normalmente el segmento intensificado supone un ataque a la imagen de la persona de la que se habla, por lo que la fuerza articulatoria incrementará el valor despectivo y violento de toda la intervención. Como señala M. J. González Conde (2004: 4) en su estudio sobre la voz en la radio, la intensidad alta suele

aparecer para expresar sentimientos positivos, como el ánimo o la alegría, pero también otros negativos, como la rabia o la agresividad.

Así, es normal que nuestro hablante utilice esta estrategia articulatoria para resaltar expresiones que contienen descalificaciones o insultos:

184. Dijo→/ tengo que dar una mala noticia↓// *no soy multimillonario ni millonario*↓// pero ahí le salió el déspota/ el soberbio/ el chulo↓// EL CHULO/ porque/ además↑/ ya/ cuando cerca de los setenta/ nos echamos novia y hay que presumir un poco [...] (Es Radio, 15-03-10)

A la fuerza articulatoria puede sumarse la entonación exclamativa a la hora de expresar el insulto:

185. ¡QUÉ CARA TIENE USTED/ SEÑORA↓!// ¡QUÉ CARA↓! (Es Radio, 13-01-11)

El hablante también puede pronunciar de manera más elevada un elemento que desea destacar desde un punto de vista informativo, y que supone un ataque a la imagen del político:

186. El uno de marzo te quiero ver recuperando Galicia↓/ cómodamente↓/ mejorando los resultados en el País Vasco↓/ y quedando en posición de arrasar en las europeas↓/ porque si no eres capaz de hacerlo ahora→/ Mariano→/ no lo podrás hacer NUNCA↓ (Cope, 12-01-09)

En ocasiones se le impreca directamente al político para que se vaya, para que deje la política, y este acto se refuerza mediante el aumento de la tensión articulatoria:

187. MARIANO A CASA↓ (Cope, 12-01-09)

O puede resaltar un enunciado entero que encierra una acusación especialmente grave hacia el grupo ideológico contrario:

1. QUE OS GUSTAN MÁS LOS ETARRAS QUE LOS DEL PP↑/ y esto no tiene remedio↓ (Es Radio, 12-01-11)

Este enunciado resaltado suele resumir todos los argumentos y ataques anteriormente citados, por lo que aparece como una conclusión de lo anterior:

188. Y luego condena a veintisiete mil años de cárcel/ a tres pelanas/ dos moritos y un cristiano esquizofrénico↓/// Y ESTE ES EL ONCE M↓ (Es Radio, 26-01-11)

En un corto espacio de tiempo aparecen resaltados varios elementos, lo que aporta al discurso un carácter marcadamente violento:

162. Pero aquí lo fundamental es que estamos hablando/ del crimen PEOR/ que puede cometer la policía↓// que es colaborar con el terrorismo etarra↓/ PARA IMPEDIR/ que actúe la policía española↓/ con la colaboración de la francesa↓ (Es Radio, 02-02-11)

El refuerzo articulatorio se hace de una manera tan constante que el hablante termina subiendo el volumen durante gran parte del discurso. Este hecho, sumado a los alargamientos vocálicos y las continuas repeticiones, hace que nos encontremos ante un discurso gritado:

189. Si sois una pandilla de inútiles/ y de incapaces↓// con que destinarais/ al control/ de los maltratadores→/ pero NADA DE a cien metros/ o a un kilómetro↓/ NO NO NO/ A CIEN KILÓMETROS↓/ A QUINIENTOS↓ (Es Radio, 01-02-11)

13. Pero hombre↑/ pero si eres el del Faisán↑/ pero vamos a ver↓/ Rubalcaba↓/ ¿tú es que te crees que hay cosas que se olvidan↑?/// PUES NOOO/ EL FAISÁN/ QUE ERES TUUU/ no se puede olvidar↓/// o sea tu policía/ llamó a la ETA/ para decirle que venía la policía a detenerla/ y pudo huir↓/ ESE ERES TUUU↓ (Es radio, 12-01-11)

Son muchos los manuales o estudios sobre el lenguaje radiofónico que desaconsejan la utilización excesiva del recurso de la intensidad articulatoria. M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta (2005) comentan acerca de la pronunciación en radio que “un defecto habitual es marcar o acentuar la mayoría de las palabras [...] provocando a veces un efecto martilleante y antinatural” (49). M. Cebrián Herreros (1992) afirma acerca de la voz del comentarista radiofónico que debe poseer “una presentación y una graduación en la que no predomine ni el grito ni el susurro, sino la voz de alguien próximo con quien se dialoga” (74).

Pero FJL sabe que está yendo en contra de la norma, de lo esperado en este tipo de formatos. Y lo hace de manera consciente. No le importa despertar a sus oyentes, hacerles saltar de la cama a golpe de grito o de insulto. Sabe que esta postura excesiva y violenta, entre otros motivos, atrae a parte de la audiencia, precisamente por eso, porque buscan lo prohibido, porque les estimula observar cómo alguien se desquita con la clase política como a ellos les gustaría. Porque es una especie de exorcismo o catarsis en la que el oyente siempre está a salvo. Este es el motivo por el que el presentador aparece con esta máscara excesivamente descortés, con esta pose violenta que legitima cualquier ataque, cuanto más anti-normativo mejor, a la imagen del otro.

Por otro lado, hay veces en que el hablante, en vez de gritar, baja la voz. En referencia a esto, T. Navarro Tomás (1974) señala que existe otro modo de énfasis que consiste en que el hablante, en lugar de subir el volumen “lo baja y lo ahonda, a la vez que retarda la pronunciación y la refuerza con concentrada y tirante tensión muscular” (170). Este autor denomina a este recurso *énfasis de gravedad*.

FJL utiliza con frecuencia este procedimiento con la intención de subrayar determinados segmentos, mostrando así la importancia o gravedad de lo dicho. La pronunciación es similar al susurro, debido a que apenas se usan las cuerdas vocales, sin embargo, la constricción o tensión que se produce a la hora de articular los sonidos apoya cierta idea de solemnidad y rechazo total ante lo dicho. La voz del hablante llega a adquirir tintes casi terroríficos<sup>153</sup>:

190. Es un personaje↓/ o sea el portavoz del Gobierno del Gal↓/ el del trece M↓/ el de la negociación con la ETA↓/ el de la verificación de las armas↓/ el del caso Faisán↓/ que es que/ no hay nada ° (peor) ° ↓ (Es Radio, 26-01-11)

191. Ayer Zapatero estuvo a la altura de la nada↓/ esteee→/ vamos↓/ lo metemos en el Vitaminator este/ en la Juicer de Philips↓// si metes a Rubalcaba sale zumo de serpiente de cascabel↓/ y luego el cascabel sale/ en un recipiente↓/ lo limpias y ya está↓// pero/ metes a Zapatero/ y no sale ° (nada)°↓ (Es radio, 26-01-11)

---

<sup>153</sup> Siguiendo la normas de transcripción del Grupo Val.Es.Co, marcaremos en nuestros ejemplos esta bajada de intensidad articulatoria mediante el siguiente signo: ° (\_\_\_\_) °.

72. ¿Pero cómo tiene usted la cara/ de decir que el Parlamento/ *que hay que ver los partidos/ que el Parlamento*↓?/// pero si usted es una criatura de los partidos↑/ si a usted la ha puesto el PSOE y Convergencia↑/ ya ha estado durante (° tres años °)/ engañando a la gente (Es Radio, 13-01-11)

Uno de los recursos suprasegmentales de mayor relevancia expresiva es la entonación. Para A. Hidalgo Navarro (2006b: 967) nos encontramos ante un fenómeno prosódico complejo, en el que convergen factores como el tono, el tonema final, el acento oracional y el ritmo. M. Albelda (2007) destaca la enorme riqueza pragmática de este recurso, y señala que puede utilizarse como un mecanismo de intensificación, bien de manera autónoma, bien complementando a otros recursos de realce:

“La entonación es un fenómeno prosódico que permite inferir los significados, intenciones, emociones y propósitos ilocutivos que no están explícitamente presentes en los enunciados de los hablantes. Enunciados sin ninguna marca lingüística de intensificación, gracias a la entonación, se pueden intensificar, puesto que la curva entonativa es un elemento de significación. Por otro lado, aunque no es el único factor, la entonación es fundamental para entender la intensificación de algunos fenómenos mencionados anteriormente” (M. Albelda, 2007: 133)

El uso de la entonación exclamativa se utiliza como estrategia para asignar mayor expresividad al enunciado, y, como en este caso, mostrar la actitud de desagrado del hablante:

192. Gallardón es peor que el juego del Madrid ayer en el Reino de Navarra↓/ ¡qué horror↓!(Es Radio, 31-01-11)

Estas estructuras con brusca subida de la curva entonativa enfatizan la actitud despectiva y de rechazo del hablante con respecto a las personas a las que se refiere. A continuación observamos cómo el periodista se dirige al presidente del Gobierno en primer lugar, y al Grupo Popular en el segundo ejemplo:

193. ¡Qué ejercicio de servilismo↓! (Es Radio, 04-02-11)

194. ¡Qué falsos sois↓! (Es Radio, 4-11-10)

Con respecto a la entonación interrogativa, queremos destacar ahora la aparición en el discurso de FJL de un fenómeno que hemos denominado interrogaciones críticas o de denuncia<sup>154</sup>. El hablante utiliza aquí una estructura y una entonación interrogativas para poner en alerta al hablante acerca de determinados comportamientos negativos de las personas de las que habla. Estas construcciones poseen un valor cercano a las exclamativas, ya que, a su vez, el hablante expresa su indignación ante ese hecho. M. Albelda (2007) denomina a estas expresiones “interrogaciones con valor exclamativo” (130):

195. ¿Ha hecho algo Gallardón por averiguar el once M↑?// nada↓/ por tapanlo todo↓ (Es Radio, 26-01-11)

Se utiliza una entonación propia de las interrogativas totales, es decir, con tonema final elevado, para expresar un enunciado equivalente a un argumento negativo: *Gallardón no ha hecho nada por averiguar el 11M*. Estas construcciones se acercan a las llamadas interrogaciones retóricas, ya que, aunque aparecen contestadas por el propio hablante, esta respuesta podría no aparecer por resultar obvia. Su aparición, por tanto, no sería necesaria desde un punto de vista lógico o semántico, por lo que supone un refuerzo más al ataque de la figura del político.

La denuncia y la crítica propias de estas construcciones interrogativas también aparecen resaltadas gracias a la repetición anafórica:

196. ¿Tiene algún programa Rubalcaba↑?/ ninguno↓/ mandar↓/// ¿tiene algún proyecto económico↑?/ ninguno↓/// ¿tiene algún proyecto político↑?/ niii/ vamos↓/ *ni Dios lo quiera*↓/ diría él↓/// ¿algún proyecto para la crisis institucional↑/ para el problema nacional↑/ para lo que está pasando en Cataluña↑/ para la quiebra del estado constitucional↑?/ ¿tiene alguna idea Rubalcaba↑?/ antes morir que pecar<sup>155</sup>↓ (Es radio, 10-01-11)

Estamos, por tanto, ante un procedimiento indirecto de ataque a la imagen del otro. El hablante no emite directamente la crítica a través de un enunciado declarativo, sino por medio

---

<sup>154</sup> El resto estructuras interrogativas se analizarán en un apartado exclusivo dentro de la sección que dedicamos a las estrategias apelativas, a través de las que el periodista se dirige directamente a la persona de la que habla.

<sup>155</sup> Estas palabras hacen referencia a una famosa frase atribuida al santo Domingo Savio. Esta estrategia polifónica aporta una mayor fuerza a la respuesta negativa que daña la imagen del político.

de preguntas orientadas cuya respuesta siempre se presenta como negativa y obvia. Podemos comprobar, por tanto, que la indireccionalidad no siempre va unida a la atenuación. Los procedimientos indirectos son como una pantalla que protege al hablante de posibles reproches, lo que le posibilita emitir mensajes cuyo efecto descortés es potencialmente mayor.

Otra de las estrategias suprasegmentales de intensificación hace referencia al ritmo, la velocidad del hablante a la hora de producir su discurso. Nos referimos a la pronunciación silabeada de ciertos segmentos sobre las que el periodista desea llamar la atención:

197. Esta historia/ ese discurso de Zapatero de la/ U NI DAD↓/// oiga↓/ yo no tengo ninguna unidad con usted↓/ ni con Batasuna/ ni con el PNV↓ (Es Radio, 13-01-11)

S. Alcoba y D. Poch (2006: 38) señalan que en publicidad se suele pronunciar con un ritmo más lento el término que hace referencia al producto que se desea vender. Al pronunciar la palabra *unidad* de manera más lenta gracias a la pronunciación sílaba a sílaba, el hablante no aparece como responsable de ella, y muestra su escepticismo y duda ante esa idea defendida por el presidente del Gobierno, que es su verdadero enunciador.

En otras ocasiones el hablante pretende destacar el vocativo, la persona a la que se dirige, en este caso la presidenta del Tribunal Supremo:

198. ¿Por qué no defendió/ que el Gobierno aplique/ la sentencia del Supremo→/ QUE APLICA precisamente la resolución de su tribunal↑/ do ña Ma rí a e mi lí a↑?/ (Es radio, 13-01-11)

Al pronunciar de esa forma el nombre de la persona a la que lanza la pregunta, el hablante se muestra desafiante y retador.

#### *5.2.1.5.3.3. Ámbito paralingüístico<sup>156</sup>*

Aquí nos ocuparemos de recursos fónicos menos codificados en la lengua. Es decir, nos referiremos a ciertas pronunciaciones a través de los órganos fonadores de ruidos no sistematizados pero que poseen cierta relevancia expresiva. Sin embargo, algunos de los

---

<sup>156</sup> A pesar de que consideremos los recursos que vamos a estudiar a continuación plenamente lingüísticos, hemos creído oportuno mantener la terminología utilizada por A. Hidalgo Navarro (2006b).

sonidos que vamos a tratar sí poseen cierta sistematización, debido a que su repetido uso para expresar unos contenidos concretos ha provocado que hayan ido adquiriendo cierta codificación funcional en español. Nos referimos a las interjecciones:

67. Una de sus preocupaciones→/ el terrorismo *nada/ por supuesto*↓// la inmigración ilegal→/  
*¡puff, qué cosas*↓!/// el cambio climático↓ (Cope, 16- 04-07)

E. Alcaide Lara (1996) define *puf* o *pff* como una interjección que funciona como un enunciado independiente que expresa la actitud del hablante ante determinadas circunstancias” (301). Y señalan que esta puede usarse con un sentido de desprecio. En nuestro caso, se están reproduciendo de manera paródica las supuestas palabras de desprecio del presidente del Gobierno ante temas de vital importancia para el país.

En otras ocasiones, se combinan varias interjecciones que expresan asco o desdén, y que terminan derivando expresivamente en meras reproducciones de ruidos no codificados. En el siguiente ejemplo, el hablante muestra su desprecio ante una expresión de Zapatero que considera demasiado cursi:

199. *El 11M forma parte*↓/ decía el cuuuuursi alcalde de Madrid↓/ cursi pero MALO/ más que cursi↓// *forma parte del equipaje sentimental de cada cual*↓/ ¿equipaje sentimental↑?/  
uuuuuaaggg↓/ es que es/ puaaaaf↓/ aaaaggg/ gggggg↓ (Es Radio, 31-01-11)

Otras unidades como las onomatopeyas poseen una menor codificación en la lengua, y su función suele reducirse a imitar referencialmente un sonido externo:

180. Y en ese momento/ de pronto/ ¡pap!↓// le da una subida al termostato↓ (Es Radio, 15- 03-10)

Sin embargo, en la medida en que estos sonidos aportan expresividad al discurso, también pueden considerarse un recurso de intensificación del efecto descortés que busca el hablante. En el siguiente fragmento, la onomatopeya contribuye a la animalización que se hace del ministro del Interior:



200. AMIGO Rubalcaba/ como siseeeempre↓/ en cuanto le aprietan huye↓/// dirá alguno→/  
claro↑/ los ofidios↓// o sea las culebras/ serpientes/ etcétera↓/ ya se sabe↓// pisa la cola y  
sssshhp↑/ salen zumbando↓/// ayer hizo eso Rubalcaba↓ (Es Radio, 26-01-11)

O se pueden reproducir de manera paródica el habla de una persona, mostrando el contenido de lo que dice como un cúmulo de ruidos sin sentido. En este caso, se critica la forma de expresarse del vicepresidente del Gobierno Manuel Chaves:

201. Miren las autonomías son como su manera de expresarse↓/ ofensivas para la estética/  
gravosas para la ética/ y ruinosas para el futuro↓/// no sabe ni lo que dice↓///  
brbrbrbrbrbrbrbrbrbrbrbr/ disfunciones/ brbrbrbr (Es Radio, 14-01-11)

#### 5.2.1.5.4.4. Pausas

Como último recurso fónico, nos referiremos al uso de las pausas, en el sentido de ausencia total de sonidos. J. González Conde (2005: 9) afirma que las pausas, junto con la velocidad de lectura, son fundamentales a la hora de establecer el ritmo de la exposición y expresión de la información radiofónica.

En radio se pueden distinguir dos tipos de pausas: las gramaticales, que son las exigidas por las reglas de puntuación y que el hablante necesita para poder respirar, y las lógicas, que son inesperadas y que ayudan a subrayar el sentido de un texto (M. Martínez Costa y J. R. Díez Unzueta, 2005: 50; A. Balsebre, 2000: 72). Estas pausas lógicas, también denominadas voluntarias (J. González Conde, 2005: 10) o valorativas (J. González Conde, 2001: 62), tienen como finalidad resaltar el contenido del segmento próximo. Poseen, por tanto, una clara función de realce:

129. Estamos ante un progre↓/// sí/ no/ bueno/ tal vez/ todo cabe/ somos multiculturalistas/ sí/  
no/ tal vez/ quizás/ tampoco↓// luego/ quizás/ acaso/ no sé↓ (3'') Zapatero→/ vamos↓ (Es Radio,  
03-11-10)

En ocasiones la pausa parece servirle al hablante para reflexionar sobre lo dicho, y retomar así una explicación sobre un término utilizado anteriormente:

202. Rubalcaba está negociando a su manera tramposa y ridícula↓ (3´´) tramposa para con los ciudadanos/ a los que engaña↓/ y ridícula porque a ver si se piensa que los etarras son idiotas↓ (Es Radio, 2-11-10)

O puede que se utilice este silencio para dejar que el oyente reflexione unos instantes tras una pregunta retórica:

203. ¿Pero dónde está la separación de poderes↓?/ ¿pero cómo no les echan de las asociaciones de jueces a las que pertenecen↓? (3´´) es que es una cosa/ verdaderamente repugnante↓ (Es Radio, 29-10-10)

En el siguiente fragmento vemos un magnífico ejemplo de cómo el hablante se vale de las pausas para distribuir la información, a la vez que crea un ritmo interno que contribuye a que la crítica, el ataque a la imagen, en este caso del líder del PP, llegue de manera más eficaz al oyente. El periodista también alcanza este efecto rítmico gracias a la repetición de una expresión pronunciada por dicho político:

204. Dice→/es que me quiero sentir cómodo dentro del PP↓// pero/ hombre↑/ si estás más cómodo te quedas dormido ya↑// y tan cómodo que estás↓/ no haces política↓// los que no estamos cómodos somos los ciudadanos↓/ cuatro millones seiscientos mil parados y tú cómodo/ ¿no↑? (3´´) las víctimas del terrorismo contra la nueva negociación del Gobierno y la ETA/ y tú cómodo↓ (3´´) o sea el déficit monstruoso camino de Argentina/ con Madrid como escaparte de la ruina pero tú/ cómodo↓ (3´´) o sea los impuestos subiendo pero tú/ cómodo↓ (3´´) la inseguridad creciendo pero tú/ cómodo/ ¿eh↑?/// y así podría estar hasta las siete y veinte pero es que entonces no nos daría tiempo para los titulares↓ (Es Radio, 4-11-10)

### **5.2.2. La descalificación del otro**

En el discurso de FJL encontramos una serie de enunciados que no necesitan ser intensificados para ejercer un claro efecto negativo en la imagen de la persona o personas de las que habla. Son enunciados que consiguen por sí mismos descalificar o desacreditar la imagen del otro ante los demás. Por supuesto, muchos de ellos pueden aparecer, además, realzados en cuanto a su aserción, pero están por sí mismos dentro de lo que podríamos denominar actos de habla codificados como descortesés (A. Briz, 2004).

Dentro de estas descalificaciones destacaremos dos sub-estrategias: la primera hace referencia a la manera más brusca y directa de descalificación, el insulto; en la segunda trataremos cómo se daña la imagen del otro a través de recursos indirectos basados en el humor y en el aspecto lúdico del lenguaje.

### 5.2.2.1. Insultos

Como bien nos recuerda el *DRAE*<sup>157</sup>, insultar es “ofender a alguien provocándolo o irritándolo a través de palabras o acciones” (84). Así, la capacidad de insultar va más allá de lo puramente lingüístico. Sin embargo, nosotros nos centraremos en cómo se lleva a cabo esta estrategia de descalificación exclusivamente a través de las palabras.

J. L. Austin (1982) señalaba que nuestros actos de habla sirven para desempeñar diferentes funciones, como informar, preguntar, ordenar o prometer. Desde este punto de vista, podemos considerar el insulto como un acto de habla transgresor en cuanto a las normas sociales de cortesía, y que posee una doble función:

- Con respecto al oyente o persona objeto del insulto, se pretende ofender o señalar sus defectos.

- Con respecto al hablante, es una forma de expresar el dolor, impotencia o rabia que una situación anterior considerada injusta le ha producido. Es una manera que tiene el hablante de, en definitiva, restablecer un equilibrio que ha sido quebrado anteriormente por la persona que va a ser objeto del insulto.

Autores como P. Grice y J. Austin relegaron a una posición muy marginal actos como el insulto, ya que por su propia naturaleza violan el principio de cooperación inherente al acto comunicativo.

H. Haverkate (1994: 18) considera los insultos actos de habla descorteses, con los que el hablante no busca el beneficio del oyente, sino, más bien, su perjuicio, así que para restablecer la armonía comunicativa el emisor debe emitir una disculpa. Sin embargo, en determinados contextos el insulto puede no poseer esa carga ofensiva, y puede responder al deseo de determinados hablantes que buscan estrechar los lazos afectivos con otros miembros del grupo, sobre todo en una situación de familiaridad. Partiendo de esto, se ha estudiado el insulto como arma agresiva que tiene como objetivo reforzar la identidad grupal entre jóvenes

---

<sup>157</sup> Vigésimo segunda edición.

(K. Zimmermann, 1998, 2003, 2005; E. Brenes Peña, 2007; M. Bernal, 2008; J. A. Martínez Lara, 2009).

Dejando aparte estos usos concretos, el insulto supone un claro ejemplo de comportamiento intrínsecamente descortés o agresivo. M. Colín Rodea (2003) aporta esta definición:

“El insulto es una acción verbal y/o no verbal, sancionada como ofensiva; cuyas unidades léxicas pueden, o no, representar en sí mismas una carga insultante al evocar conceptos socialmente convenidos para ello. El insulto puede ser un acto de habla o ser tan solo una parte del acto mismo. Enmarcado en una situación comunicativa, el insulto es un recurso del locutor/interlocutor cuya fuerza ilocucionaria se expresa como agresión. El insulto presenta un doble valor comunicativo, el de la agresión y la defensa, esto es, rompe y restituye, en algunos casos, la comunicación. Las palabras insultantes, en su uso, y fuera de la acción de insultar, mantienen su carga semántica y pragmática, pueden cubrir una gradación, de menos a más, en la comunicación, que se traduce como: ofender, herir, humillar, denostar, denigrar, irritar, jugar, tomar el pelo cuando se dirige a un individuo, y transgredir, violentar, denunciar cuando se dirige a una acción pública o institucional. El uso de palabras lingüísticamente marcadas en contextos que normalmente le son vedados llega a evidenciar las diferencias sociales al romper las convenciones.” (M. Colín Rodea, 2003: 154)

Desde un punto de vista argumentativo, podemos relacionar el insulto con los llamados “argumentos tramposos” o falacias, concretamente con las denominadas *ad hominem* y *ad personam*. V. Lo Cascio (1998[1991]) define este tipo de actos como “un modo de aportar argumentos que no se refieren al contenido del propio razonamiento y su validez, sino que sirven para llegar a la victoria final, ejerciendo una presión sobre la persona, poniendo en discusión su credibilidad” (292).

En el ámbito político, el insulto adquiere una enorme relevancia, y aparece con frecuencia como un instrumento que se amolda a la perfección a las funciones de deslegitimación del grupo contrario, así como a las actividades autoafirmativas ante los miembros del grupo ideológico propio. Como afirma A. Bolívar (2008) “el estudio de los insultos en el diálogo político cobra mayor valor en la polarización política porque los bandos opuestos tratan de legitimarse, especialmente a través de la estrategia de “nosotros” versus “ellos” (T. Van Dijk, 2000, 2003), con lo que se definen a sí mismos y a sus adversarios en la

lucha por el poder” (6). De la misma forma, continúa esta autora, el insulto como estrategia de descalificación supone un arma muy ventajosa para, a través de la desestabilización de regímenes y sistemas externos, imponer determinadas ideologías.

Este uso estratégico del insulto, así como su subordinación a una determinada ideología, se ve potenciado aún más en el caso de las emisiones públicas. El hecho de insultar ante una audiencia supone una estrategia para, a través de la descalificación del otro, desacreditarlo como miembro ejemplar del grupo ideológico contrario, y también ensalzar los valores de la ideología propia. C. Ilie (2001) se expresa en los siguientes términos:

“Al proferir insultos públicamente en un escenario institucional, los iniciadores tienen la intención de llegar a una audiencia más amplia y así provocar en los interlocutores una especie de reacción en cadena contra el blanco del insulto, oyentes y escuchas (...) los que inician los insultos también tratan de afectar los procesos de comprensión de una audiencia más amplia y cambiar sus actitudes y creencias de acuerdo con posiciones ideológicas particulares.” (C. Ilie, 2001: 236)

Así, dentro del discurso de FJL, el insulto aparece como un instrumento idóneo para esa finalidad estratégica consistente en descalificar la imagen de aquellas personas o grupos ideológicamente opuestos (partidos de izquierda, nacionalistas, sindicatos, jueces de perfil progresista), o que de alguna manera están actuando de una forma contraria a unos valores que solían compartir (Partido Popular). Todo con la finalidad última de propagar y difundir unos valores, una ideología que se erige como la única idónea para regir un modelo de comportamiento social y político.

De la misma forma, el insulto es el punto más álgido de esta descortesía extrema y estratégica que lleva a cabo el periodista. Toda su indignación y su rabia, que es la de su audiencia, se muestran a través de estas expresiones. A pesar de que, como ya hemos señalado, este tipo de textos de crítica política en los medios permite el ataque y la crítica, el insulto aparece como totalmente inadecuado. Pero el hablante sigue con su tendencia a romper las normas, a jugar con lo prohibido. Así, al insultar, su comportamiento es tildado como inaceptable por gran parte de la sociedad. Sin embargo, para otro sector que suele coincidir con su audiencia, este tipo de actos aparecen como un reflejo de una necesidad espontánea y sincera de mostrar sus sentimientos de indignación y rabia ante determinados grupos institucionales o ante ciertos políticos. De este modo, la imagen que pretende

proyectar hacia su audiencia es la de un periodista honesto y claro, sin pelos en la lengua, y que no se corta a la hora de dar rienda suelta a su ira ante ciertos comportamientos.

La mayoría de los estudios sobre el insulto se han centrado en su uso en la conversación, sin embargo, nosotros nos encontramos aquí ante lo que podríamos denominar un *insulto monologado*. Estas estrategias, según D. Ocampo Álvarez, se erigen como las que “mejor ilustran la naturaleza de los actos de habla expresivos, puesto que el emisor exterioriza su actitud psicológica negativa” (6). El hablante, por tanto, insulta *in absentia*, dirigiéndose hacia personas no presentes cara a cara en el momento de la comunicación. Normalmente la referencia a este individuo se hace en tercera persona, aunque el hablante también puede utilizar la segunda persona para que el insulto tenga un efecto más directo en la imagen de este. En este segundo caso el referente se vuelve también alocutario o receptor gramatical del discurso:

(3ª pers.) --- 205. Esta habla inglés/ pero es/ igual de lerda que en castellano↓ (Es Radio, 14-01-11)

(2ª pers.) --- 168. [...] usted tiene una cara que se la pisa↓ (Cope, 10-04-07)

M Colín Rodea (2003: 159; 2005: 45; 2010: 211) realiza una tipología en la que diferencia entre insultos directos e indirectos. En las formas indirectas el hablante no proyecta el término negativo sobre la persona a la que desea atacar, sino que realiza una serie de estrategias desfocalizadoras que atenúan de alguna forma el efecto descortés del mismo. Dentro de los insultos directos esta autora distingue, por un lado, los términos que están codificados para insultar y que se usan exclusivamente para eso: *cabrón, gilipollas o tu puta madre*, y, por otro, otros que, aunque pueden poseer en la mayoría de los contextos usos peyorativos, también pueden ser utilizados con una finalidad meramente descriptiva, como *analfabeto, ignorante estúpido o asesino*. A pesar de que muchos de los insultos utilizados por FJL poseen una clara carga despectiva en la mayoría de los contextos, - *lerdo, inútil, imbécil...* - el hablante no suele utilizar ninguno de los términos que esta autora cita en primer lugar, y que considera marcados. Es decir, no encontramos en el discurso de FJL términos como *cabrón o hijo de puta*. Estos se sitúan, dentro del *continuum* de gravedad y ofensa con respecto a los insultos, en un lugar demasiado extremo para ser utilizados en un discurso público. Además, su aparición puede conllevar que el periodista, como así le ha sucedido

alguna vez, sea objeto de querellas o denuncias por faltas al honor o injurias. El hablante, por tanto, es consciente de este riesgo, por lo que recurre a estratagemas o trucos para insultar sin dar cabida a intervenciones judiciales. En el siguiente ejemplo, el periodista habla en tono humorístico de este tipo de ardides:

206. *¡Qué sinvergüenza↓!// dirán ustedes→/ ¿cómo le pueden llamar sinvergüenza al Presidente del Gobierno↓?// diré yo→// digan sin vergüenza↓/ que eso no es delito↓/ si dicen sinvergüenza juntito/ entonces sí es un delito↓ (Es Radio, 10-11-10)*

En definitiva, y siguiendo la tipología de M Colín Rueda (2003, 2005, 2010), proponemos la siguiente clasificación del insulto en el *comentario editorializante* de FJL:

a) *Insulto directo*

a.1) *Término léxico*

a.2.) *Construcción sintáctica fosilizada*

b) *Insulto indirecto (desfocalización del objeto del insulto)*

b.1.) *Indefinición del objeto del insulto*

b.2.) *Estrategias enunciativas*

b.3.) *Procedimientos metonímicos (insultar una entidad cercana)*

b.4.) *Acusación (descalificar a través de asignar una acción o comportamiento):*

b.4.1) *Acusaciones referidas al hacer*

b.4.2) *Acusaciones referidas al decir*

a) Insulto directo

a.1) *Término léxico*

Como ya indicamos en el apartado dedicado a los tipos de ataque a la imagen,<sup>158</sup> muchos de los insultos se refieren a la escasa capacidad intelectual de las personas de las que se habla, en este caso, la ministra de Economía, Elena Salgado:

205. *Tenemos una ventaja↓/ y es que en el Gobierno/ tenemos una encargada de Economía que habla inglés↓// no el inglés de Moratinos↓/// el inglés pichinglis que moratinglis parlinglis↓/// nooo↓/// esta habla inglés/ pero es/ igual de lerda que en castellano↓ (Es Radio, 14-01-11)*

<sup>158</sup> Cf. 5.1.

*Lerdo* es definido por el *DRAE*<sup>159</sup> como tardo y torpe para ejecutar o comprender algo. En los mismos términos aparece en el *Diccionario de insultos*<sup>160</sup>, que lo define como una cualidad propia de los animales, y que puede asignarse a las personas con el significado de tonto y lento.

En el siguiente ejemplo el insulto va referido al presidente del Gobierno. Se utiliza el término *alelado*, que es un derivado de lelo, y equivale a tonto (J. D. Luque- A. Pamies- F. J. Manjón, 2000: 28)

207. [...] y da la impresión de que el muerto/ no está muerto↓/// alelao está/ pero alelao ha estado desde que llegó↓ (Es Radio, 31-01-11)

Esta alusión a la escasa actividad intelectual suele originar insultos animalizados, que resultan especialmente dañinos y ofensivos:

208. Diráaaaa Chamosa→/ ¿pero cómo Parlamento europeos↑/Unión y Parlamento europeo/ Parlamento Europeos no está bien dicho↑?/// sí/ está bien dicho animalito↓/ está bien dicho↓ (Es Radio, 16-12-10)

El diminutivo *-ito*, el de uso más común en español, puede expresar un amplio abanico de matices afectivos, normalmente positivos, según la *Nueva gramática de la lengua española* (RAE, 2010). En este caso, el periodista expresa una falsa indulgencia o compasión ante la persona a la que está insultando.

El hablante puede crear cosificaciones a través de metáforas ya fosilizadas, y que, en la mayoría de los contextos, se interpretan con el significado de persona ruda o tonta:

209. Dice/ este es el programa secreto del PP↓/// va a privatizarlo todo↓/// no va a privatizar naaada/ mendrugos↓ (Es Radio, 02-11-10)

---

<sup>159</sup> Vigésima segunda edición ([www.rae.es](http://www.rae.es))

<sup>160</sup> Cf. J. D. Luque-A. Pamies-F. J. Manjón (2000).



En *el Inventario general de insultos*<sup>161</sup>, se define mendrugo como hombre necio y de cortos alcances. Este uso como insulto, y no con el significado original de pedazo de pan, aparece ya desde el siglo XIV, según este estudio.

En ocasiones, el insulto hace referencia a la poca capacidad del político para rentabilizar o administrar el dinero público:

78. Pues sí/ sí/ hijo/ tú es que has echado a perder/ todo lo que heredaste↓// ruina/ que eres un ruina↓ (Es Radio, 01-02-11)

O se puede atacar al político debido a su excesiva sensiblería en referencia a unas declaraciones, en este caso del presidente del Gobierno:

199. *El IIM forma parte*↓/ decía el cuuuuursi alcalde de Madrid↓ (Es Radio, 31-01-11)

También podemos encontrarnos ante insultos de cariz ideológico:

129. Estamos ante un progre↓ (Es Radio, 03-11-10)

*Progre* es el término apocopado utilizado por el *exogrupo* para referirse de manera despectiva al sector progresista. El *Diccionario del insulto* lo define de la siguiente manera: “Pequeño burgués intelectualoide que se las da de ser más revolucionario que nadie; por extensión, izquierdista de boquilla [...] que era una denominación elogiosa en los años sesenta, pero que con el tiempo pasó a ser usado como despectivo” (373-374).

Es común encontrar el insulto realzado por alguna partícula que enfatice su valor peyorativo. En un nivel argumentativo, nos encontramos ante un modificador realizante que dota de mayor fuerza al argumento ofensivo:

210. Tú sí que no eres noticia hijo↓/ que es que cada día mientes más y cada día peor↓/ más infatuado y más bobo↓ (Es radio, 11-01-11)

---

<sup>161</sup>Cf. P. Celdrán (1995).

211. Trinidad Jiménez/ en solo dos semanas/ ha igualado el registro conceptual de Moratinos↓/ y está todavía más atascada y más lerda↓ (Es Radio, 04-11-10)

Ya indicamos que tildar a alguien de mentiroso siempre supone una falta especialmente grave. Este efecto es aún mayor si el insulto va dirigido a un político, en el que debe primar la transparencia y sinceridad hacia los ciudadanos:

3. Rubalcaba/ el gran mentiroso↓ (Es Radio, 27-10-10)

212. En fin↓/ espectáculo que hemos visto en todos los telediarios↓/ el ministro del Interior en España↓/ rey del embuste y de la trola↓ (Es Radio, 17-11-10)

M. Moliner (2008[1966-67]) habla en estos términos de la expresión coloquial *el rey de*: “Se aplica a una persona, un animal o una cosa del género masculino que sobresale o tiene la supremacía entre las de su género o en un sitio o campo de actividad” (1037). En este sentido, la expresión *el rey de* (de los tontos/ de los embusteros) suele utilizarse en conversaciones coloquiales para ponderar la cualidad a la que acompaña. De esta manera, la persona insultada aparece como la que posee dicho defecto en el nivel más elevado.

También solemos encontrar en nuestros textos un insulto referido al intelecto modificado por el adjetivo *distinguido*. Su función es similar a la de *el rey de*, ya que el hablante sitúa a la persona insultada entre la nobleza, entre lo más ilustre dentro del grupo de las que poseen ese defecto. El hablante, en vez de añadir un adjetivo valorativo que modifique a analfabeto, opta por un término que funciona como un modificador realizante (MD), intensificando el valor despectivo del insulto:

93. El presidente del Gobierno de facto y distinguido analfabeto↓ (Es Radio, 01-11-10)

213. En plena crisis económica↓/ para quedar bien con sus amigos empresarios↓/ su Majestad va/ y llama/ a la Zarzuela/ a la Vicepresidenta económica↓/ esa distinguida/ inútil↓ (Es Radio, 26-11-10)

En otras ocasiones el objeto de la descalificación no es una persona, sino un determinado grupo ideológico. Así, se suele iniciar el insulto con la expresión ponderativa

con valor despectivo *pandilla de*. M. Moliner (2008[1966-67]) señala que esta expresión “tiene a veces sentido despectivo hacia las personas que la forman o hacia su finalidad” (622). El grupo que en más ocasiones es víctima de este tipo de términos es el Partido Socialista:

214. Esa pandilla de embusteros/ de farsantes/ de canallas↓ (Cope, 16-04-07)

215. Si no los machacaseis a impuestos/ no tendrían que estar cerrando empresas todos los días y despidiendo trabajadores↓/ pandilla de inútiles↓ (Es Radio, 01-02-11)

189. Si sois una pandilla de inútiles/ y de incapaces↓ (Es Radio, 01-02-11)

También los partidos nacionalistas suelen ser insultados con especial gravedad, ya que se le asignan términos relacionados con la violencia y la falta a los derechos humanos:

83. El PNV es un partido de matones/ liberticida↓ (Cope, 16-04-07)

En los últimos años también proliferan en el discurso de FJL los insultos contra el principal partido de la oposición, el PP, debido, como ya hemos comentado, y según el periodista, a cierto viraje en sus actuaciones con respecto a la época en que el partido estaba dirigido por José María Aznar. La verdad es que nadie queda a salvo de sus ataques, y el resultado es que el periodista termina faltando a toda la clase política en general:

64. Yo reconozco que estoy superado por el grado de estulticia de la clase política (Es Radio, 01-12-10)

La sufijación despectiva supone un proceso muy rentable para crear insultos a través de términos neutros. En el siguiente ejemplo encontramos el derivado *gentuza*, definido por el *DRAE* como “la gente más despreciable de la plebe”<sup>162</sup>:

216. Lo que creo es que tener a esta gentuza analfabeta [...] (Es Radio, 17-12-10)

---

<sup>162</sup> Vigésima segunda edición en [www.rae.es](http://www.rae.es)

a.2) Construcción sintáctica fosilizada:

El hablante puede recurrir a una serie de construcciones especializadas en nuestra lengua para expresar el insulto de manera enfática:

168. [...] usted tiene una cara que se la pisa↓ (Cope, 10-04-07)

Este tipo de construcciones especiales cercanas a las de relativo y a las consecutivas son usadas normalmente en el registro coloquial para enfatizar, focalizando informativamente un segmento del enunciado. Acerca de estas estructuras, S. Gutiérrez Ordóñez (1997) señala lo siguiente: “Algunos atributos y aditamentos de tipo modal toleran una transformación focalizadora. Son ascendidos hacia la posición inicial de grupo nominal en el que el resto de los elementos se le subordinan en una oración de relativo” (37).

Muchas de estas construcciones poseen el término *cara*, que ya ha adquirido un uso peyorativo en español, derivado de la expresión *tener la cara dura* o *tener mucha cara*, que aluden a la desfachatez a la hora de comportarse:

217. ¡Qué cara tienen entre el Patxi nadie y el Ibarretxe todo↓! (Cope, 23-04-07)

218. ¿Pero cómo tiene usted esa cara↓? (Es Radio, 13-01-11)

Encontramos este tipo de insultos incluso a través de unidades fraseológicas originadas a partir de construcciones comparativas coloquiales:

219. Este tiene más cara que espalda↓ (Es Radio, 04-11-10)

Dentro de esta fraseología del insulto, solemos encontrar unidades que expresan el deseo del hablante de que el objeto discursivo realice cierta acción cotidiana, por supuesto, en señal de rechazo o desprecio:

220. Váyase a freír espárragos/ señor Mas↓ (Es radio, 10-01-11)

El *Diccionario del insulto* recoge esta expresión, que considera un eufemismo de otra más ofensiva, *vete a tomar por el culo*. Sobre esta última afirma que es una “interjección ofensiva que indica en grado sumo el total desprecio que uno siente por el insultado” (466-467).

#### b) Insulto indirecto

El hablante se vale de estas estrategias indirectas para aportar una mayor gravedad al contenido de los insultos. Esta indireccionalidad supone un escudo para el hablante, una forma de proteger su imagen, ya que debido a esta desfocalización de la persona insultada no se le puede acusar de faltar claramente a nadie.

##### *b.1) Indefinición del objeto del insulto*

Mediante la impersonalidad el hablante esconde en cierta forma al objeto o tema discursivo, sustituyendo el nombre de la persona o grupo insultados por un pronombre indefinido:

221. Realmente hay alguno que es que si es más tonto nace oveja↓ (Cope, 09-04-07)

222. Pero eso lo sabemos nosotros↓/ que somos menos solemnes y menos BOBOS que otros↓//  
bueno↓/ bobos por decirlo suave↓ (Cope, 10-01-07)

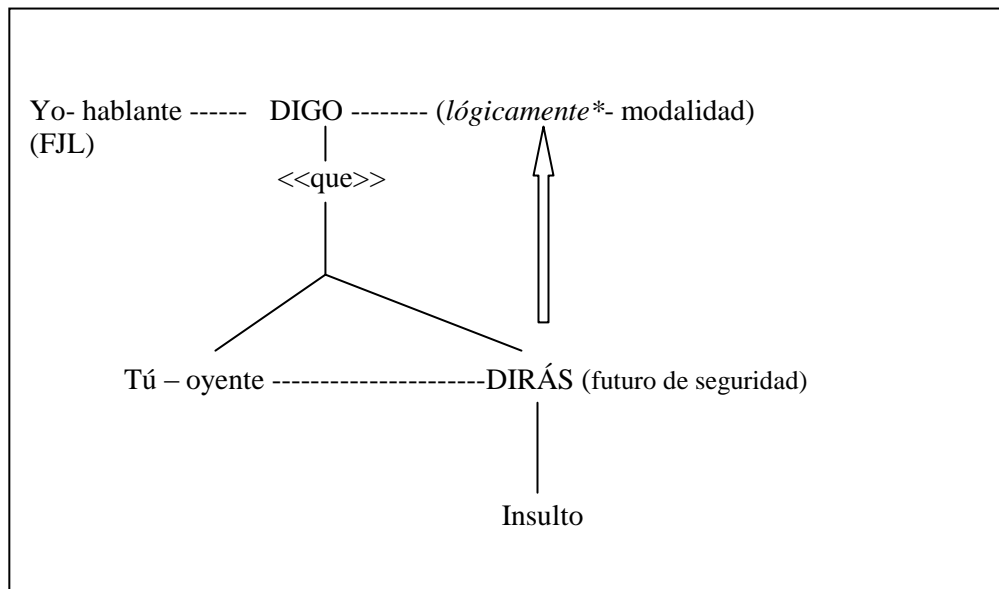
##### *b.2.) Estrategias enunciativas*

El periodista suele reproducir en estilo directo un supuesto discurso de otra persona. De esta forma, el hablante puede crear discursos ficticios, y hacer a otras entidades responsables últimas de algo que él no se atreve a decir. Para ello suele utilizar frecuentemente a su audiencia como garante de lo dicho. El periodista, por tanto, recrea un discurso que hace referencia a ciertas ideas que él supone que sus oyentes deben estar pensando:

76. ¿Es tonto el PP↑?/ dirán ustedes/ no tengan la menor duda (Cope, 10-04-07).

206. *¡Qué sinvergüenza↓!// dirán ustedes→// ¿cómo le pueden llamar sinvergüenza al Presidente del Gobierno↓?/ diré yo→// digan sin vergüenza↓/ que eso no es delito↓/ si dicen sinvergüenza juntito/ entonces sí es un delito↓ (Es Radio, 10-11-10)*

Además de quitarse responsabilidades desde un punto de vista enunciativo, el enunciado que contiene el insulto aparece potenciado, ya que lo dicho aparece como fruto de un razonamiento lógico al que una mayoría de personas llegan de manera inevitable y razonada. Esta evidencia aparece gracias al valor del futuro de seguridad en que encontramos el verbo introductor de la cita hipotética (*dirán*). Este refleja la certeza o compromiso del hablante ante lo dicho, que se muestra convencido de que su oyentes estarán pensando tal cosa, debido a que es lo lógico.



**Gráfico 34. Estrategia enunciativa indirecta para el insulto**

En otras ocasiones el enunciador es más difuso, como en el siguiente ejemplo, donde se recrea un supuesto mitin de Zapatero. Tras parodiar la forma de hablar del presidente, se hace responsable del insulto al público, que supuestamente está escuchando el discurso:

223. *La gente aplaudirá porque viene en el guion/ porque la convicción del artista es nula/ ¿eh↑?/// sabemos↓ que es tamos↓ ca da vez más↓/// cerca↓/// del fin↓ /// de la violencia↓/// y en ese momento levanta el cartelito/ aplausos↓/ behhehehe/ zumbaaaaa↑/ que es que no está bien↑// este hombre no está bien↓ (Es Radio, 22-11-10)*

De esta manera, el hablante se permite utilizar términos de una enorme carga ofensiva, y ante los que no desea posicionarse como enunciador, debido al tipo de discurso público en el que se encuentra. Por el contrario, responsabiliza de ellos a cierto sector de la comunidad, lo que refuerza su potencial carga descortés.

### *b.3) Procedimientos metonímicos*

Cuando el insulto posee una carga demasiado despectiva o es demasiado agresivo, el hablante aleja sintácticamente la atribución. Esta, en vez de constituirse en un atributo o adyacente que califica directamente al personaje, acompaña a otro sustantivo cercano, en un recurso que estilísticamente se acerca a la hipálage<sup>163</sup>:

2. Zapatero no es más que la versión GAMBERRA de Felipe González↓ (Cope, 10-04-07)

En ocasiones el término axiológico no va dirigido directamente a la persona, sino a algo que ha sido creado o diseñado por ella, ya sea un blog, ya sea una sentencia judicial:

11. De verdad↑/ yo es que le tengo tanta simpatía→/ que incluso ese prodigio de analfabetismo que es su blog me resulta/ gracioso o divertido↓ (Es Radio, 17-12-10)

224. El propio Gómez Bermúdez/ en su inicua/ obscena/ sentencia↓/ dice que [...] (Es Radio, 26-01-11)

En otros casos no se insulta al grupo, sino la trayectoria, el camino que este lleva recorrido:

56. PNV/ haciendo honor a su trayectoria xenófoba y liberticida↑/ no piensa sancionar al que le pegó una patada en los testículos a A. Aguirre↓ (Cope, 16-04-09)

---

<sup>163</sup>Esta figura consiste en atribuir a un sustantivo una cualidad referida realmente a otro sustantivo cercano. Se puede ejemplificar con expresiones del tipo *la rubia sonrisa de la niña*. Como ejemplo más literario, podemos citar el siguiente fragmento de la Eneida: *Ibant obscuri sola sub nocte per umbram* (Eneida 6:28), donde la noche oscura y los viajeros solitarios han intercambiado los adjetivos que les corresponderían por lógica.

225. El ABC↓/ en la línea de ruindad que le caracteriza↓/ atiza a Acebes↓ (Cope, 16-04-07)

Otras veces la metonimia surge como resultado de un proceso en el que la cualidad pasa de designar a toda la persona, a referirse solamente a una parte de su cuerpo. En términos coloquiales es normal que la parte escogida sea la cara, ya que, como suele decirse popularmente, es espejo del alma, y puede definir con claridad el mundo interior de la persona:

139. Parecía imposible ser peor↓/ pero esta lo consigue porque/ además↑/ con esta cara de pánfila que se le ha puesto desde que es ministra↓/ pánfila es amigo de todo↓/ de todo y de todos↓// pan es el todo/ y fileo/ es amaaar↓ (Es Radio, 03-11-10)

Observamos cómo el hablante intenta, de manera burlesca, desmontar el insulto a través de la falacia etimológica, de manera que su imagen no se vea dañada y esté así a salvo de posibles demandas judiciales.

El hablante también puede trasladar la cualidad a un sentido concreto como la vista, dando lugar a metáforas propias de un registro poético:

213. Zapatero se ha operado de miopía↓/ de la ceguera moral que es lo que más debería afligirle↓ (3´) debería recuperar un poco de vista↓ (Cope, 09-04-07)

*b.4.) Acusación (descalificar a través de la asignación de una acción o comportamiento reprobables):*

El hablante puede dañar la imagen del otro asignándole determinadas acciones cuyo significado negativo provoca la descalificación de la persona. Nos situamos, por tanto, en el terreno de la acusación, estrategia de uso muy frecuente en la arena política. Como bien indica el *DRAE*, *acusar* es “imputar a alguien algún delito, culpa o vicio o cualquier cosa vituperable”.<sup>164</sup>

A pesar de que somos conscientes de que insultar y acusar hacen referencia a dos actos de habla distintos, creemos que, gracias a la recursividad que opera en todos los niveles de la

---

<sup>164</sup> Vigésima segunda edición en [www.rae.es](http://www.rae.es)



lengua, el segundo de estos puede actuar como un “sub-acto” o forma indirecta de llevar a cabo el primero. Para ello, la acusación debe poseer una carga semántica peyorativa cercana al insulto, además de la intención del hablante de descalificar al otro. En nuestro caso, el hablante acusa a la persona de la que habla eminentemente en dos ámbitos: acusaciones sobre lo que este ha dicho, y acusaciones sobre lo que este ha hecho.

#### b.4.1) Acusaciones referidas al *hacer*

Una de las acusaciones más graves y dañinas que se le achaca al Gobierno consiste en afirmar que no solo no se posiciona de manera clara en contra de los terroristas, sino, y lo que es más ofensivo, los apoya y esté a su favor:

70. HOY MISMO↓/ si estuvierais contra la ETA↓/ en lugar de necesitados de la ETA para hacer/ como que hacéis algo↓/ hoy mismo echabais a la ETA de cuarenta y tres ayuntamientos↓/ y se quedaban sin un euro↓ (Es Radio, 12-01-11)

Los términos utilizados pueden poseer un fuerte carácter despectivo:

226. No es lo mismo pactar con la ETA↓/ gimotear genuflexo ante la ETA↓ (Cope10-01-07)

El *DRAE* define *gimotear* como “gemir con insistencia pero con poca fuerza, por una causa leve”. Sumado esto al adjetivo culto *genuflexo*, se proyecta una imagen del gobierno de debilidad y tolerancia con respecto a la banda terrorista.

En el siguiente caso, la acusación aparece enfatizada gracias a la sufijación verbal (diminutivo) con intención degradante, así como al alargamiento fónico:

156. Zapatero va estar agarradito ahíiiiiii↓/ de los faldones de la banda criminal↓ (Cope, 10-01-07)

Algunas metáforas son especialmente obscenas, debido a la elección de términos relacionados con los hábitos sexuales, terreno muy prolífico para el insulto:

227. Luego veremos cómo Zapatero sigue encamado con la ETA↓ (Es Radio, 03-11-10)

Junto a esto, encontraremos también otros usos muy cercanos a lo literario:

228. Zapatero va a seguir uncido al carro de ETA↓ (Cope, 10-01-07)

Una de las acusaciones más rentables en política consiste en decir que el otro miente:

229. ¿Qué quieres/ Fredi↑?/ ¡cómo sabemos que mientes↓! (Es Radio, 02-11-10)

33. Tú/ Rubalcaba/ héroe del 11 M/ fuiste el que mentiste a toda España↓/  
desvergonzadamente↓/ veinticuatro horas al día↓/// tú↓ (Cope, 11-04-07)

79. Mentís/ bellacos/ mentís↓ (Cope, 16-04-07)

Las acusaciones se relacionan con acciones valoradas como negativas, y para ello se utilizan verbos con un claro contenido delictivo, así como sustantivos con valor axiológico:

230. Habéis perpetrado una fechoría que desde Rumasa/ o las Torres Kío según el volumen o según el estilo/ no perpetrabais↓/// sois los mismos↓ (Cope, 10-04-07)

*Perpetrar* es un verbo que solo puede usarse en un sentido negativo, ya que significa “cometer, consumir un delito o culpa grave”, según el *DRAE*.

También encontramos acusaciones sobre acciones negativas previamente organizadas y planificadas:

231. La única conspiración es la de estos miserables [...] que han creado una trama que es una farsa↓ (Cope, 16-04-07)

#### b.4.2) Acusaciones referidas al *decir*

Descalificar el discurso del otro a través de un insulto es una forma de dañar la imagen de este a través de mostrar su desacuerdo. Los actos disentivos son estrategias propias de los textos dialogales, sin embargo, encontramos este tipo de enunciados que expresan desacuerdo en nuestros ejemplos. El hablante suele hacer referencia a declaraciones de ciertos políticos

para poder mostrar después su clara oposición a las mismas a través de un insulto que las desacredita. Entre las formas más habituales de insultos hacia el discurso del otro podemos destacar dos: etiquetar lo dicho como algo sin sentido (tontería, bobada), o, por otro lado, presentarlo como una mentira:

232. ¿Y por qué mandan a hablar al pobre Jáuregui↑?/// bueno↓/ ya lo han visto↓/ estaba nervioso como un adolescente en su primera cita↓/ ¿y qué decía↓/?/ pues bobadas/bobadas↓/// (Es Radio, 17-12-10)

42. Todo lo que han contado es MENTIRA↓ (Cope, 23-04-07)

Nos encontramos ante una forma de desacreditar al otro a través de la descalificación de su discurso. Para ello el insulto supone un instrumento contundente y eficaz, debido a que desarticula tajantemente la principal arma del contrario: sus palabras.

#### **5.2.2.2. La descalificación humorística. El género de la sátira política**

El insulto se erige como la forma más directa y sincera, más desgarradora de descalificar al otro por parte del hablante. Este tipo de estrategias es la que ha ido forjando una imagen polémica y excesiva del periodista en los medios, y que, entre otras consecuencias, le ha llevado a los tribunales en numerosas ocasiones. Sin embargo, una de las características del discurso de FJL, y que, en nuestra opinión, provoca que una gran masa de gente se acerque a su programa, es el aspecto lúdico y humorístico del mismo. El humor es una manera de, a pesar de todo, quitarle trascendencia al asunto, de aligerar su discurso y buscar en el oyente una sonrisa cómplice y sedante.

Por un lado, el sentido del humor es una actividad de autoimagen, ya que el periodista se muestra ante el público como alguien que sabe tomar cierta distancia ante los hechos, y que, después de todo, es capaz de trivializar su actitud de desacuerdo o protesta ante ciertos aspectos de la actualidad. Es más, la persona que es capaz de dominar ciertos aspectos lúdicos del lenguaje, como la ironía u otros recursos retóricos, se presenta ante los demás como alguien inteligente y culto. Como indica A. García Canelles (2006), “la ironía denota una superioridad psíquica e intelectual, así como un perfecto dominio del lenguaje del que la ejercita” (244).

Pero, por otro lado, el humor no resta ni un ápice de gravedad al contenido de las descalificaciones emitidas por el hablante. Bien es cierto que estas estrategias facilitan que su imagen como periodista agresivo se suavice, pero el efecto perjudicial sobre la imagen del político aparece incluso más intensificado. El humor es una estrategia que sirve como una máscara que permite al hablante afirmar ciertas ideas que no sería capaz de emitir en un tono serio. Estas descalificaciones provocan un efecto aún más descortés en el referente o tema discursivo, y llegan de una manera más efectiva a la mente del oyente, por lo que suponen una estrategia persuasiva de gran rentabilidad. En definitiva, a través del humor se intenta lanzar agresivos ataques a la imagen del otro, pero sin que la del hablante aparezca salpicada en la menor forma.

La presencia del humor, así como la utilización de ciertos juegos estilísticos, es tan continua que supone una marca distintiva y particular del peculiar estilo de FJL. Tanto es así, que su *comentario editorializante* se acerca, en determinados momentos, al denominado *comentario jocoso*, subgénero radiofónico hoy en detrimento (M. Cebrián Herreros, 1992: 76).

Parece claro que el humor como estrategia ofensiva es un recurso muy rentable hoy día en los medios de comunicación. J. Culpeper, en su estudio sobre los nuevos concursos televisivos, señala que es un instrumento muy efectivo para alcanzar su denominada *descortesía como entretenimiento*, ya que el espectador disfruta observando cómo el presentador se mofa del otro, el concursante en su caso, y utiliza su ingenio y creatividad verbal para lanzarle contundentes ataques a su imagen (J. Culpeper, 2005: 46). La audiencia disfruta porque sabe que está a salvo, y que no será ella el objeto de la burla. Por otro lado, se crea una estrecha complicidad entre esta y el presentador, con el que comparte cierta sonrisa maliciosa.

Si bien de una manera no tan planificada como en ciertos programas de televisión, esta es la estrategia de nuestro hablante: valerse de todo su ingenio para, mediante un humor a veces negrísimo, descalificar al otro, eso sí, mostrando su superioridad moral e intelectual con respecto a este. Y de todo esto hace cómplice a su audiencia. De esta manera, y gracias al humor como herramienta de descalificación, el discurso de FJL deviene en sátira política.

El *Diccionario de Español Actual*<sup>165</sup> define sátira como “crítica o censura de carácter irónico o burlesco”, así como “escrito, discurso u obra artística en que se critica a alguien o

---

<sup>165</sup> Cf. M. Seco-O. Andrés-G. Ramos (1999).

algo, ridiculizándolos o burlándose de ellos” (4043). En esta misma línea, F. Lázaro Carreter y E. Correa Calderón (1975) definen este término como “obra que ataca los defectos de alguien o algo” (201). La ironía, el sarcasmo, la parodia o los juegos humorísticos son herramientas que el hablante utiliza para dar forma a esta sátira lanzada hacia la clase política actual. No estamos, por tanto, ante meros juegos retóricos o enunciativos que amenizan el discurso, sino ante una forma de expresar el malestar ante lo que nos rodea a través de un tipo de texto de que ya era utilizado para esos fines en la Grecia Clásica.

La sátira exige, por tanto, una actitud militante en relación con la vida. El escritor satírico utiliza la comicidad para expresar su insatisfacción ante la sociedad en la que vive o, más bien, ante el estado actual de esa sociedad. Según G. Pelegi y C. González Royo (2006), “la sátira, pues, sería el vehículo de tal insatisfacción situándola siempre en contra de algo (los poderosos, el poder político, la iglesia, etc.), suscitando en el destinatario un efecto placentero notable y fomentando, de esta manera, un cierto grado de cohesión grupal” (301).

Para FJL este tipo de texto es una lanza dirigida en contra de la mayoría de la clase política actual. Pocos son los que quedan a salvo de sus ataques. Estos vuelan en contra de ciertos grupos, ya sea porque están situados ideológicamente en un lugar opuesto al suyo-sector de izquierda, nacionalistas-, ya sea porque no se atrevan a llevar a cabo una serie de valores que tradicionalmente han sido bandera de su partido -Partido Popular-, o incluso en contra de ciertas instituciones que en ocasiones actúan de manera contraria a sus creencias ideológicas -jueces-.

La sátira es una forma maliciosa de expresar su descontento, y al pueblo le atrae todo aquello que se sale de la norma, toda ruptura, y más si esta supone un ataque hacia aquellos situados en un estatus más elevado, es decir, sus dirigentes. El ciudadano se siente reconfortado si, al menos por una vez, es él el que está en una posición superior, y, desde arriba, comparte con el presentador la risa burlona e hiriente que cae sobre sus mandatarios. Como indican G. Pelegi y C. González Royo (2006), la sátira “invierte los papeles establecidos, y sitúa en el rango de la víctima a quien se halla en una posición de fuerza, a los poderosos, políticos, etc.” (305). Así, a través de este *ethos* compartido por parte de presentador y oyente, se estrechan las relaciones afiliativas entre ambos, lo que permite que el mensaje llegue, por tanto, de una manera más efectiva.

Las estrategias utilizadas para llevar a cabo este discurso humorístico de sátira política se dividen en las siguientes: el uso de la ironía, los enunciados paródicos, y, por último, la utilización lúdica del lenguaje a través de la función poética.

#### 5.2.2.2.1. La ironía

El término *ironía* proviene del vocablo griego *eironeia*, que hace referencia a una forma de interrogar simulando ignorancia (A. García Canelles, 2006: 243). Esta definición nos parece más acertada que otras aportaciones posteriores realizadas, en su mayoría, por los estudios de retórica. Estos basan el funcionamiento de este tropo en la inversión semántica, definiéndolo como una figura que se utiliza con la finalidad de decir lo contrario de lo que realmente se quiere expresar.

Los estudios pragmáticos nos han ayudado a conocer un poco mejor el funcionamiento de la ironía. Para P. Grice (1975), su uso supone una falta clara a la máxima de calidad, aquella que dicta que todo hablante debe ser sincero al emitir su discurso. Con respecto a esta afirmación, estamos de acuerdo con E. Brenes Peña (2009c), para quien la ironía no puede interpretarse como un acto insincero, ya que el hablante aporta al oyente una serie de marcas, como la entonación o los gestos, que permiten a este deducir que este enunciado debe ser entendido de manera no literal.

La Teoría de la Relevancia ofrece una aportación, a nuestro parecer, especialmente valiosa a la hora de acercarnos más acertadamente al complejo funcionamiento de este fenómeno. D. Sperber y D. Wilson (1986) se valen de la idea del contexto, y afirman que la ironía se basa en la aparición en el discurso de un enunciado ridículo o inadecuado con respecto a una situación concreta.

O. Ducrot (1986) define la ironía a través de la división que realiza de la figura del hablante. Así, este autor distingue entre *locutor*, o responsable del enunciado y designado por las marcas de primera persona, *enunciador* u origen último de los actos ilocutorios, y *sujeto empírico*, la persona que reproduce físicamente el enunciado. En la ironía, el locutor y el enunciador no coinciden, puesto que lo dicho aparece como el punto de vista absurdo de un enunciador con el que el primero no se siente identificado. Afirma este autor, por tanto, que para que nazca la ironía “hace falta hacer <<como si>> este discurso fuera realmente pronunciado, y pronunciado en la enunciación misma. Idea que procuro plasmar diciendo que

el locutor <<hace oír>> un discurso absurdo, pero que lo hace oír como si fuera un discurso de otro, como un discurso distanciado” (O. Ducrot, 1986: 215).

Los estudios de (des)cortesía también han prestado cierta atención a estos enunciados irónicos. Algunos autores, centrándose en los juicios de P. Brown y S. Levinson (1987 [1978]), han definido la ironía como una estrategia indirecta de crear una amenaza, que pide una mayor participación del oyente a la hora de interpretar tales actos. En este sentido, afirman estos autores que estaríamos ante una estrategia mitigadora de la descortesía, ya que la agresión puede no darse, en la medida en que el oyente puede no interpretar tal acto como un ataque a su imagen. P. Grice (1975: 124), sin embargo, considera tales enunciados como intrínsecamente descorteses, dado que siempre tienen como objeto expresar juicios hostiles o sentimientos de indignación o desprecio.

Nosotros no nos situamos en ninguno de los dos extremos, o mejor dicho, estamos en ambos. La ironía es una estrategia enunciativa consistente en presentar lo dicho como propio de un enunciador absurdo, o de alguna manera, alejado del punto de vista del hablante. Este alejamiento puede utilizarse con una intención positiva o cortés, o, por el contrario, para atacar de forma descortés la imagen del otro.

Un político puede atacar la imagen de un gobernante de la oposición dirigiéndole un enunciado del tipo: *si, sí, ha sido usted el mejor presidente de la historia de la democracia*. O, por el contrario, un chico puede lanzarle un piropo a la chica que le gusta, diciéndole acerca de su escotado vestido algo así: *oh, sí, te queda fatal, pero fatal*. Para descodificar el sentido irónico, el oyente debe valerse de ciertos “indicadores de la ironía” (L. Ruiz Gurillo et al., 2004: 238), como la entonación, el contexto o el uso de ciertas estrategias lingüísticas que lo delatan. En estos casos, por ejemplo, el uso de las repeticiones (*sí, fatal*). Con respecto al político, observamos cómo la ironía se utiliza como arma de ofensa y ataque a la imagen. En el segundo ejemplo, es una forma indirecta de expresar un acto laudatorio o cortés.

En el caso de FJL, la ironía siempre supone un arma de ataque y descalificación de la imagen ajena. Se vale el hablante de esta estrategia indirecta para emitir mensajes de una carga peyorativa mayor aún que la que encontramos en el resto de los enunciados. Como ya indicamos *supra*, las estrategias indirectas suponen un escudo que protege al hablante, y le permiten lanzar ataques espacialmente dañinos, exponiendo su propia imagen lo menos posible. Para A. Berrendonner (1987), el hablante irónico puede escapar a las potenciales

recriminaciones de su víctima, ya que siempre puede justificarse diciendo que debe predominar el sentido literal del discurso.

Dentro del humor como estrategia afiliativa, la ironía hacia una tercera persona no presente constituye uno de los recursos más rentables. A este respecto, E. Brenes Peña (2009c) señala que “este tipo de enunciados puede ejercer una función de afiliación con respecto a las personas que defienden la misma posición en relación a un determinado tema” (105). De esta forma, el hablante estrecha sus lazos afectivos con respecto a su audiencia, ideológicamente posicionada junto al presentador. Además de la satisfacción que produce en los oyentes reírse del político, gracias a la ironía estos se sienten reconfortados y fortalecidos en su imagen, ya que han sido capaces de descifrar el verdadero sentido del enunciado.

En cuanto a su clasificación, nos basaremos en H. Haverkate (1985), para quien la ironía puede operar en el plano del contenido proposicional o en el plano ilocutivo. En ambos casos, el sujeto afectado por la ironía será aquel personaje o tema discursivo del que se habla.

#### *5.2.2.2.1.1. Ironía por modificación de la fuerza ilocutiva*

Un hablante puede mostrarse irónico a través de la presentación de un acto que debe ser interpretado como poseedor de una carga ilocutiva distinta a la que en principio aparenta. Por ejemplo, una profesora que pretende mandar a callar a un alumno que no deja de hablar en clase (acto exhortativo) puede expresarse irónicamente a través de la emisión de un aparente acto expresivo: *¡me encanta escucharte hablar, Joselito!*

En nuestros textos, solemos encontrar que el hablante invita a las personas de las que habla a realizar una serie de acciones. Nos encontramos ante actos exhortativos aparentemente absurdos, que realmente encierran un juicio negativo, una crítica hacia ellos:

233. Y la próxima vez/ miraaa→/ Rubalcaba↓/ presenta tú los telediarios↓/ total a Ana Blanco ya la tenemos muy vista↓/ y si no/ pues lo presentáis a medias↓/// además tú le echas cara/ no hay problema↓/// puedes decir una cosa y la contraria/ sin→// pero vamos↓/ no te tiembla un músculo↓ (Es Radio, 2-11-10)

El acto que se pone en evidencia aquí no es, sin duda, una invitación por parte del periodista al ministro del Interior para que este presente los telediarios de la cadena pública, sino una crítica a la supuesta falta de independencia y neutralidad de la misma.



El periodista suele invitar a los políticos de los que habla a que se formen o a que lleven a cabo alguna actividad intelectual de poco nivel, lo que conlleva una crítica muy clara a su imagen individual básica:

234. Leire/ que tienes que leer algo↓ (3´´) puedes empezar por el Catón/ luego parvulitos/ y luego la Enciclopedia Álvarez↓/ que eso no ha fallado en varias generaciones↓ (Cope, 17-02-09)

Lo que interesa a FJL no es que la ministra socialista se forme, sino proyectar una imagen de ella de persona inculta, poco preparada. La ironía es clara debido a que los conocimientos que se le pide que adquieran son excesivamente básicos, así como poco adecuados a la época actual. Esto, junto al tonema final circunflejo<sup>166</sup>, que nos recuerda a la forma en la que los adultos hablan a los niños, son rasgos que sirven de indicadores para una correcta interpretación del oyente.

El carácter irónico de estos enunciados se percibe, en ocasiones, debido a la aparición de ciertos elementos con valor expresivo. En el siguiente caso, el hablante acompaña esta invitación de una interjección con valor apelativo:

235. Mariano/ ¡hala!↓/ a la Ser↓/ que allí te están defendiendo mucho y a *El País*↓ (Cope, 16-02-09)

Lejos de querer que el líder de la oposición acuda a estos medios, se está criticando lo poco inteligente de su postura ante estos grupos de comunicación que, según el periodista, pretenden atacarlo y desprestigiarlo. De la misma forma, este enunciado expresa la indignación del hablante ante esa postura condescendiente del político en relación a esos medios “contrarios”, así como la poca consideración ante otros más afines, como es el suyo. La interjección de valor apelativo (¡hala!) subraya el carácter irónico o “falso” de la invitación.

<sup>166</sup> A. Hidalgo Navarro (2006b) se refiere a este tipo de enunciados con tonema final circunflejo como “cita prosódica del *baby talk*” (975), y le asigna funciones de mitigación pragmática o cortesía, ya que el hablante puede distanciarse de lo dicho, y reducir así su responsabilidad comunicativa. En nuestro caso, sin embargo, su efecto es claramente descortés.

5.2.2.2.1.2. *Ironía en el plano del contenido proposicional*

En otras ocasiones la ironía surge por la aparición de un enunciador absurdo que se hace responsable del contenido de lo dicho. Este enunciador puede mostrar sus dudas ante hechos que, en principio, son de conocimiento general:

111. Usted/ sí/ usted/ que creo que es fiscal/ o algo así↓/// usted/ señor Bermejo/ debe entenderlo↓ (Cope, 09-04-07)

236. Ayer habló Jáuregui↓/ este hombre que desde que lo han nombrao algo↑// yo no sé muy bien qué↑/ eso de ministro de la Presidencia↓/ no sé/ es una cosa que está entre la vicepresidencia y la/ y y→/ el conserje↓ (Es Radio, 14-01-11)

El hablante conoce claramente que el ministro de Justicia, Gómez Bermejo, tiene el título de fiscal, así como que Ramón Jáuregui ejerce de ministro de la Presidencia. Sin embargo, intenta, mediante la aparición de ese enunciador “ignorante”, expresar sus dudas, bien ante la capacidad de las personas de las que habla, bien ante la necesidad de que existan ciertos cargos.

Este enunciador absurdo puede mostrar su sorpresa ante acciones que, en principio, deberían ser consideradas totalmente normales. El humor y la crítica surgen de mostrar lo ordinario como extraordinario, lo que produce una serie de inferencias en el oyente que le obligan a replantearse el contenido de lo dicho:

237. Que el día menos pensado rompe el PP a hacer oposición↓/// va a ser un momento extraordinario↓/ como cuando el bebé recién nacido rompe a llorar↓/// lo malo es que este bebé tiene ya seis años↓/// y medio↓/// camino de los siete↓/// y todavía no gimotea↓/ está sonriente *eh eh eh*→<sup>167</sup> (Es Radio, 02-11-07)

Este fragmento supone un ataque directo a la imagen del PP como grupo, así como en lo referente al rol de políticos de cada uno de sus miembros, ya que se les critica por no cumplir con una de sus obligaciones básicas, que es ejercer de oposición. La ironía se percibe,

---

<sup>167</sup> Imitando una risa ridícula.

además de por el contenido de lo dicho, por la aparición de adjetivos axiológicos excesivamente expresivos (*extraordinario*), así como por la comparación burlesca (*como cuando el bebé rompe a llorar/ rompe el PP a hacer oposición*). La perífrasis incoativa “*romper a más infinitivo*”, pone de manifiesto la total pasividad del sujeto hasta que dicha forma verbal aparece. La crítica se intensifica con la reproducción burlesca de la sonrisa, lo que hace que nos encontremos ante un tipo de ironía muy marcada o, como comenta D. C. Muecke (1982) *ironía manifiesta*. Esta va acompañada de un alto índice de mordacidad, y suele terminar en la burla sangrienta y personal con la única finalidad de ofender. Nos movemos, por tanto, en el terreno del sarcasmo.

238. Ahora bien↓/ nos va a salvar la oposición/ porque ayer/ Mariano Rajoy→// Mariano Rajoy/ cuando saca to lo que lleva entro→/ nos deja sobrecogidos↓// qué entusiasmo↓/ qué entusiasmo tienen que sentir los cinco millones de parados↓/ oyendo/ al jefe de la oposición/ hablar de lo que REALMENTE le gusta↓ (Es Radio, 17-11-10) (Sic.)

El enunciador se muestra ingenuamente entusiasmado ante unas declaraciones del líder de la oposición en las que declara que lo que realmente le gustaría es sentirse cómodo en el partido. Los indicios de la ironía son claros: expresiones valorativas enfáticas y geminadas (*qué entusiasmo/ qué entusiasmo*), reproducción paródica (*to lo que lleva entro*) o pronunciación marcada (*REALMENTE*). La intención del periodista es la de transmitir a su audiencia un sentimiento de indignación ante la incapacidad e inoperancia de Mariano Rajoy.

El hablante, por tanto, ejerce el papel del *eirón* (que da *eironeia* “ironía”) de la comedia griega, ya que se hace el tonto, el ignorante. Pero su mensaje, en este caso su crítica, termina llegando de una manera más efectiva, ya que en la ironía, como afirma G. Reyes (1994), “el listo habla con las palabras del tonto, pero distanciándose de ellas y mostrando su actitud ante esas palabras y ante la situación ante la que tan mal se aplican” (57).

Otras veces, el enunciado irónico se vuelve especialmente hiriente. Este sarcasmo se percibe con claridad en los siguientes ejemplos, en los que el periodista se refiere a Isabel López i Chamosa, portavoz de la comisión del pacto de Toledo por el PSOE:

239. Reconozco mi debilidad por Lali Chamosa↓/ Lali como Lali Soldevilla↓/ lo recuerdo siempre↓/// es que desde que se nos fue tan prematuramente/ NADIE↓/ simplemente con empezar a hablar→/ salvo la ya también difunta Gracita Morales↓/ eh↑/ había conseguido despertar esa hilaridad↓/// empieza a hablar/ y antes de decir lo del marío<sup>168</sup> ya te estás desternillando↓/// eso es/ eso es un fenómeno↓/// venga↓/ Segura↓/ para “Torrente en Cornellá”↓/ que lo estamos echando en falta↓ (Es Radio, 17-12-10)

El hablante minusvalora a la dirigente, ya que se refiere a ella mediante comparaciones degradantes que la relacionan con elementos de connotaciones sociales más bajas o vulgares.

En el siguiente ejemplo, el hablante ironiza acerca de la falta de preparación de la dirigente socialista, pero, en un determinado momento teme que su crítica no sea comprendida, por lo que cambia el tono, y habla de ella mediante enunciados no desviados:

11. De verdad↑/ yo es que le tengo tanta simpatía→/ que incluso ese prodigio de analfabetismo que es su blog me resulta/ gracioso o divertido↓/// claro luego me acuerdo de la pensión que tiene esta inútil↓/ esta analfabeta↓/ que además está ahí representándonos a todos↓/ porque no se engañen↑/ nos representa todos↓/// y entonces ya se me quitaaa laa risa↓ (Es Radio, 17-12-10)  
(Es Radio, 17-12-10)

El sarcasmo se torna especialmente cruel, y el humor, si es que lo hay, negrísimo y ofensivo. En el siguiente fragmento, el hablante critica no solo las formas coloquiales de la dirigente socialista a la hora de expresarse, sino también su físico:

240. Oh↓/ todo en ella es distinguido↓/// delicado/ fino↓/// es como si ustedes cogen a Leire Pajín/ y le dicen a El Greco→/ anda y píntala↓/// ueeee↓/ diría/ noooooo↓/ diría El Greco↓/ la vas a pintar↓/ le diría el Rey↓/ y entonces hace una cosa irreconocible↓/ o sea delgada→/ espiritual→/ angélica→/ así como pensando más en el más allá que en el más acá↓/ bueno pues así pero al revés↓ (Es Radio, 16-12-10)

El último enunciado *–bueno pues así pero al revés–* sirve como guía, y revela cuál debe ser la interpretación correcta de todo lo anterior. El oyente debe entenderlo lo dicho de manera irónica y en sentido inverso.

---

<sup>168</sup> *Marido*, con pérdida de la /d/ intervocálica.

Otro indicio que permite al oyente interpretar un enunciado como irónico es la aparición de exageraciones o hipérbolos. A. Berrendonner (1987: 155) afirma que el hablante irónico suele introducir un argumento exagerado, demasiado sincero como para tomarse en serio, y que sobrepasa, en mucho, la conclusión a la que se desea llegar:

138. He llegado a la absoluta convicción↓/ de que Rubalcaba/ en el fondo↑/ ni es calvo/ ni es del Madrid↓/ y además que le dijo a su madre que era niña↓/ vamos↓/ que nació engañando ya al personal↓ (Es Radio, 02-02-11)

150. En el ABC hay que dudar ya hasta de las esquelas↓/ salvo de la propia↓ (Cope, 16-04-07)

Estos enunciados hiperbólicos poseen una doble finalidad: por un lado, criticar al personaje del que se habla o referente discursivo; en estos casos, se presenta a Rubalcaba como un mentiroso innato, y al *ABC* como un periódico poco fiable y neutral; pero, por otro lado, el periodista busca conseguir cierta sonrisa de complicidad en el oyente, lo que produce un acercamiento muy rentable desde un punto de vista a/efectivo.

#### 5.2.2.2.2. Los enunciados paródicos

La etimología griega de parodia (*παρώδια*) hace referencia al arte de simular otros cantos o textos. Esta, a diferencia de la sátira, no tiene por qué suponer una crítica o juicio negativo sobre el texto original. Es cierto que, desde el momento en que se elige cierta obra para ser parodiada, ya existe cierto valor o juicio sobre ella, pero este puede explicitarse bien en una crítica o burla, bien en una alabanza exagerada de los valores de la primigenia. En relación a esto, G. Pelegi y C. González Royo (2006) afirman que en ciertas parodias “puede apreciarse una especie de *deferencia irónica* hacia el texto parodiado” (303)<sup>169</sup>. Teniendo en cuenta esta diferencia estructural, podemos afirmar que el género de la sátira se vale en ocasiones de la parodia como recurso cómico que pretende ridiculizar ciertos defectos a través de la reproducción desviada de un texto previo.

En el discurso de FJL, la parodia es una estrategia que tiene como intención descalificar la imagen de sus “contrincantes” ideológicos a través del desprestigio de su discurso. Es decir,

<sup>169</sup> Cursiva del original.

desacreditar a la persona a través de lo que dicen. Mediante este recurso polifónico, el periodista muestra en estilo directo las supuestas palabras de la persona de la que habla. Aparece, por tanto, un locutor nuevo, que sería el responsable de este discurso referido. Sin embargo, esta cita no es literal, sino que aparece parodiada a través de recursos humorísticos como la hipérbole o la entonación marcada.

Sobre las citas en estilo directo, G. Reyes (1995) afirma que no puede hablarse de reproducción literal de otro discurso, sino que es más acertado decir que “el ED reconstruye (imitándolo perfectamente, o con distintos grado de fidelidad) un discurso realmente emitido, o bien uno imaginario, deseable, posible, anticipado” (25). Las citas en el discurso de FJL oscilan entre la reproducción literal y la parodia humorística y exagerada. El primer tipo formará parte de una estrategia en la que el hablante presenta su desacuerdo ante lo dicho por el otro<sup>170</sup>. El segundo tipo de cita es una herramienta para descalificar la imagen del adversario a través de la parodia de su discurso.

Como ya hemos indicado, con la parodia aparece un nuevo locutor/enunciador con respecto a lo afirmado en la cita, que, a su vez, es el responsable gramatical y lógico de la misma, ya que aparece en estilo directo. Aunque lo distorsionado de las palabras reproducidas nos haga pensar que estamos ante un locutor/enunciador absurdo o inventado, estas se le asignan a personas concretas a las que se desea criticar, y que aparecerán ante los oyentes como responsables de las mismas. Este locutor/enunciador absurdo, por tanto, se identificará, en ocasiones, con una persona concreta (Zapatero, Rajoy, etc.), pero otras veces se hace responsable de la cita a todo el grupo ideológico.

#### *5.2.2.2.1. Locutor/ enunciador parodiado individual*

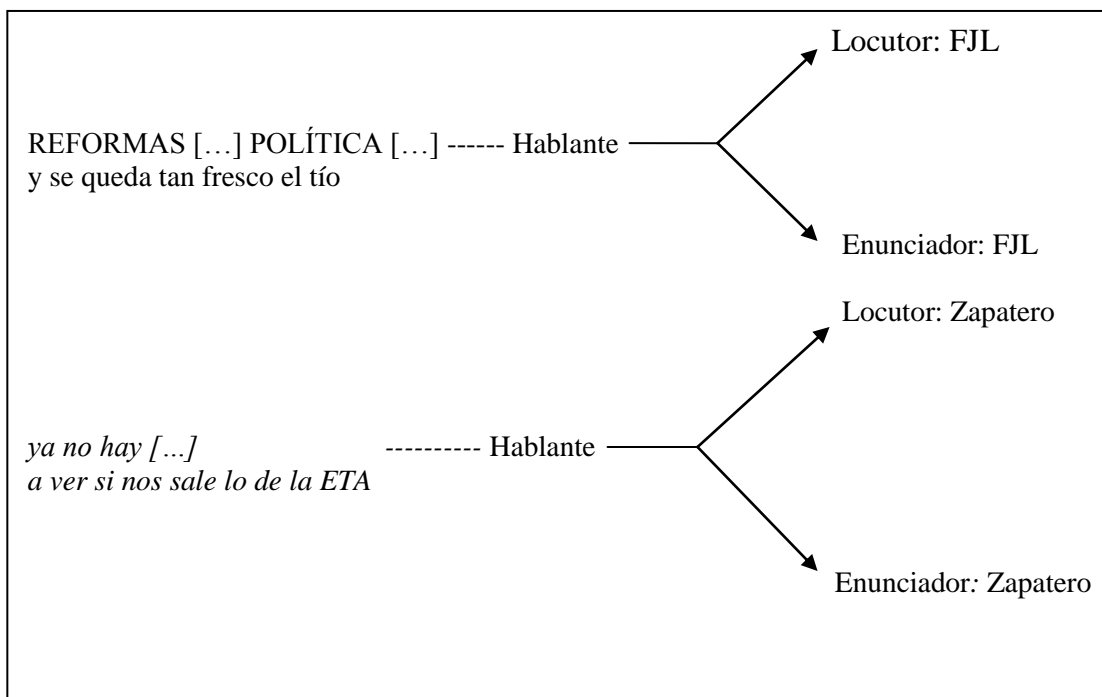
En ocasiones, el discurso parodiado parece hacer referencia a los supuestos pensamientos de la persona de la que se habla. El hablante parece introducirse dentro de su mente, y reproduce en voz alta aquello que este no se atreve a manifestar. Una de las personas a la que más se critica a través de su discurso es el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero:

---

<sup>170</sup> Sobre los actos disentivos hablaremos en (5.2.4.)

241. REFORMAS→/ *ya no hay*↓/// POLÍTICA→/ *a ver si nos sale lo de la ETA*↓/// y se queda tan fresco el tío↓ (Es Radio, 13-01-11)

Aquí los enunciados de los que Zapatero aparece como responsable aparecen como comentarios en estilo directo sobre determinados temas introducidos por el periodista. El hablante, por tanto, presenta los temas (reformas, política), para, tras ellos, mostrar las ideas del presidente directamente “transcritas” de su pensamiento. Posteriormente, el periodista realiza un comentario valorativo de lo dicho (*y se queda tan fresco el tío*). En los enunciados en cursiva, por tanto, el hablante se desdobra, y si bien el periodista sigue ejerciendo el papel de sujeto empírico, el presidente del Gobierno ocuparía ahora el rol de locutor y enunciador de los mismos (O. Ducrot, 1986):



**Gráfico 35. Figura del hablante en las citas en estilo directo.**

La cita suele contener un argumento que favorece el descrédito de la imagen del político, argumento que se ve reforzado si es el propio político aparece como su responsable. Este juicio negativo, por tanto, no parte del razonamiento individual del periodista, sino de las propias palabras o pensamiento de la persona atacada.

Como en la conversación coloquial, en el discurso de FJL no solemos encontrar el denominado verbo *dicendi* que introduce la cita. En lo oral tenemos otras marcas para

designar que se están reproduciendo las palabras de otro, como la entonación o las pausas que encierran estos enunciados. Finalmente, los verbos del discurso referido se encuentran en presente, lo que nos lleva a desdeñar la posibilidad de que nos encontremos ante el llamado discurso indirecto libre, recurso muy utilizado en literatura para reproducir la conciencia de los personajes. Este, tal y como indica G. Reyes (1995), “presenta los contenidos de la conciencia de un personaje (palabras, o, con más frecuencia, pensamientos y percepciones) desde el aquí-ahora de esa conciencia, pero en la voz del narrador y, por lo tanto, en el tiempo pasado de la narración”. En nuestro caso, las palabras de la cita aparecen reproducidas desde el eje espacio-temporal no del narrador o comentarista, sino de la persona citada. De ahí el uso del presente (*hay, sale*) y el pronombre de primera persona (*nos*). Lo que sucede es que en este tipo de discurso, al igual que en la conversación coloquial, se prescinde de una serie de marcas formales que suelen acompañar a estas citas en estilo directo, y que aparecen intercaladas libremente a lo largo del discurso, con la seguridad de que el oyente las descodificará gracias, entre otros indicadores, al cambio entonativo:

67. Una de sus preocupaciones→/ el terrorismo *nada/ por supuesto*↓/// la inmigración ilegal→/  
*¡puff, qué cosas*↓!!!! el cambio climático↓ (Cope, 16- 04-07)

El fragmento que no aparece en cursiva, cuyo responsable es FJL, no tendría, en principio, nada de ofensivo, puesto que sería meramente informativo. Pero nuestro presentador introduce un enunciado parentético para, desdoblándose como hablante, introducir el comentario burlesco. Reproduce de forma paródica una supuesta opinión de la que responsabilizaría a José Luis Rodríguez Zapatero, Presidente del Gobierno: no prestar atención a problemas como la inmigración ilegal o el terrorismo. Se falta, por tanto, a su imagen como político eficaz, ya que aparece como alguien que no da importancia alguna a temas de esa trascendencia.

Esta supuesta opinión del Presidente del Gobierno aparece, además, como exagerada y caricaturesca, gracias a la interjección con valor de desprecio *puf* (E. Alcaide Lara, 1996: 301). Del mismo modo, el adverbio de modalidad *por supuesto* refuerza informativamente el enunciado anterior, a la vez que lo presenta como lógico e incuestionable. Es decir, el presidente del Gobierno aparece como alguien que ve lógico no preocuparse del terrorismo.



De la misma forma, la expresión coloquial *¡qué cosas!*, manifiesta su total desprecio o desapego ante estos temas.

Con respecto al desdoblamiento del hablante, Zapatero es el locutor de este enunciado en cursiva<sup>171</sup>, ya que a él se le asignan estas palabras. Percibimos cómo FJL habla como si estuviera reproduciendo el pensamiento del presidente del Gobierno, o más bien aquellas ideas que cree que este tiene en su mente. El hablante se desdobra, por tanto, y se identifica con el objeto discursivo. La cita resulta ser una parodia exagerada que se deriva de la poca importancia que, según el hablante, el PSOE, representado por su presidente, dedica a temas importantes como la inmigración ilegal o el terrorismo. Nos encontramos, en definitiva, ante la aparición de un locutor ficticio, ante una voz parodiada, ya que las palabras son una atribución inventada del hablante para atacar a su objeto discursivo, es decir, al Gobierno socialista, y en especial a su líder ideológico, el presidente del Gobierno.

Otra de las “víctimas” del hablante es el presidente del principal partido de la oposición, Mariano Rajoy:

34. Aclárese/ Don Mariano↓/// si usted quiere jugar a Gallardón// y decir *lo que diga el ABC y lo que diga Polanco*↑/ en los trenes estalló Goma Dos Eco/ y vale ya↓// pues dígalos/ y así quedará tan en ridículo como el infausto Alcalde de Madrid↓ (Cope, 11-04-07)

Según el periodista, Rajoy sigue la teoría de varios medios de comunicación que defienden que en el atentado del once de marzo en Madrid estalló Goma Dos Eco, lo que demostraría que fue perpetrado por un grupo terrorista islamista. La línea del programa, y de toda la cadena, es la de defender que el atentado fue obra de la banda terrorista ETA, de índole nacional. Así, ante las dubitaciones del presidente del partido, Mariano Rajoy, y al no seguir con rotundidad la versión de la cadena, el periodista le invita a manifestar su verdadera posición sobre el tema, que coincidiría con la de Gallardón y la mayoría de los medios de comunicación. La descalificación hacia el político se deriva no ya de que su discurso – o su pensamiento- sostenga una idea errónea, sino de que esta no es fruto de su razonamiento personal, sino de un servilismo ciego a las opiniones de otros: *lo que diga el ABC y lo que diga Polanco*.

---

<sup>171</sup> Los enunciados en cursiva también manifiestan un claro cambio en la entonación propio del estilo directo.

Gracias a la expresión final y *vale ya*, el locutor de la cita, Rajoy, se muestra autoritario ante lo dicho, y se niega a escuchar otros posibles puntos de vista. Con estas palabras, además, el periodista da otra vuelta de tuerca al recurso de la polifonía. Esa expresión hace referencia a lo dicho por la fiscal Olga Sánchez, que, durante la instrucción del juicio del 11 M, en una salida de tono, se dirigió a uno de los abogados que le preguntaban sobre los explosivos que estallaron con un rotundo: *¡en los trenes ha estallado Goma Dos Eco, y vale ya!* Desde entonces, el periodista llama a esta fiscal Olga “vale ya”, asignándole un apodo, y utilizando la estrategia de adherir a su nombre, algo sustancial a ella, una circunstancia puntual, es decir, una salida de tono en un momento concreto. Así, esta expresión supone un eco que alude a otro discurso anterior. Esta estrategia produce cierto daño en la imagen de Olga Sánchez, ya que, además de recordar constantemente a la audiencia lo inadecuado de la utilización de esta expresión coloquial por parte de una fiscal, se la muestra como excesivamente autoritaria. Estos recursos propios del género satírico se unen a la cita paródica, dando lugar a una especie de bucle de voces, a un habilidoso juego de polifonías que va destinado a desacreditar la imagen de todo aquel cuyas palabras aparezcan reflejadas, de manera más o menos tenues, en el discurso.

El hablante se limita a veces a reproducir meras vacilaciones fónicas, que proyectan una imagen negativa de la persona a la que se le asignan, ya que estas aparecen como respuesta a preguntas obvias. En el siguiente caso, se ataca al Secretario de Organización del PSOE, Marcelino Iglesias, aludiendo a unas declaraciones en las que este dudaba sobre la fecha de inicio de la democracia en España:

241. Ni el setenta y tres ni el setenta y cuatro/ analfabeto↓/ que eres un analfabeto↓/// ¿cuándo muere Franco→?/ a veeer→/ a ver Marcelino↓/ ¿cuándo muere Franco→?/ eeeeeeeeeeeeeeeee / tienes que estudiar/ Marcelino↓ (Es Radio, 16-11-10)

El discurso parodiado consta de un alargamiento que indica las supuestas dudas del político ante una pregunta cuya respuesta debería conocer. Marcelino Iglesias aparece aquí como un analfabeto que desconoce los datos más esenciales de la historia política de su país.

También se pueden reproducir meros sonidos no codificados, que representan una exageración paródica del modo de hablar oscuro y entrecortado de ciertos políticos. En este caso, se hace referencia al discurso del vicepresidente socialista Manuel Chávez:

201. Miren las autonomías son como su manera de expresarse↓/ ofensivas para la estética/  
gravosas para la ética/ y ruinosas para el futuro↓/// no sabe ni lo que dice↓///  
*brbrbrbrbrbrbrbrbrbrbrbr/* disfunciones/ *brbrbrbr* (Es Radio, 14-01-11)

Estas citas suponen un daño a la imagen personal de la persona parodiada. Acerca de este tipo de estrategias, G. Reyes (1994) comenta que “el hablante se hace eco del contenido de otro enunciado deformándolo, exagerándolo o modificándolo burlonamente, con la intención de mostrar una intención negativa ante ese enunciado o ante su autor” (50).

El periodista puede citar más de una voz dentro de su propio discurso. En el siguiente ejemplo recrea una conversación ficticia entre el presidente del Gobierno y el fiscal del Estado:

73. *Cándido di sí↓/// Ya lo hago/ Zapatero/ presidente↓/ vamos a soltarlo↓* (Cope, 16-04-07)

Esta dramatización reproduce de manera paródica una conversación en la que el fiscal se muestra obediente y sumiso ante el presidente del Gobierno. Tanto es así, que cede ante unas supuestas presiones para soltar a un preso etarra. Mediante esta conversación ficticia, el hablante ataca, de una manera muy plástica, la imagen de independencia de los fiscales, así como pone en cuestión la separación de los poderes públicos.

#### 5.2.2.2.2. *Locutor/enunciador parodiado grupal*

El responsable paródico de estas citas puede identificarse, en ocasiones, no con una persona individual, sino con un determinado grupo. La parodia aquí, por tanto, supone un ataque dirigido a dañar la imagen grupal de estos nuevos responsables de lo dicho, ya que se pretende desacreditar aquellos valores que les son comunes y sirven de cohesión y unidad entre sus miembros. Descalificar la imagen grupal del adversario es, a su vez, una forma de defender los valores del grupo propio, de manera que esta estrategia también supone un intento de acercarse a su audiencia, a los suyos. Estos grupos pueden identificarse con partidos políticos concretos. Uno de los más afectados es, por supuesto, el Partido Socialista:

69. ¿Pero vosotros qué decís↑?/ *que es que viene la paz*↓/// ¿y qué más decís↑?/ *que hay que soltar a los etarras*↓/// ¿y qué más decís↑?/ *que Otegi es hombre paz*↓/// ¿y qué más decís↑?/ *que hay que acabar con Alcaraz y las víctimas del terrorismo*↓ (Es Radio, 02-11-10)

El discurso adquiere la forma de un diálogo o entrevista en la que el hablante realiza una serie de preguntas a los miembros del PSOE. Las respuestas, de las que se responsabiliza a todo el partido, suponen una parodia, debido a que aparecen como aquello que el periodista cree que son las intenciones del grupo socialista. Estas afirmaciones aparecen, o bien como exageraciones simplistas (*hay que soltar a los etarras, hay que acabar con Alcaraz y las víctimas del terrorismo*), o bien como reproducciones más o menos literales y descontextualizadas de declaraciones realizadas por alguno de sus miembros (*Otegi es hombre de paz*)<sup>172</sup>.

Los ataques también van dirigidos al Partido Popular, sobre todo, y como ya hemos visto en otras ocasiones, para recriminarle su actitud ante los atentados del once de marzo:

242. ESA es la política del PP↓/ *yo no quiero saber nada del IIM*↓ (Es Radio, 31-01-11)

El hablante resume en una sola frase toda la política de la oposición respecto al atentado. A través de sus “propias” palabras, el partido proyecta una imagen de desinterés ante la masacre, y, sobre todo, de falta de consideración ante las víctimas.

Los grupos sindicales pueden también padecer este tipo de agresiones paródicas:

243. Yo empiezo a pensar que estos/ sindicatos/ absolutamente feroces y violentos↓// tan violentos/ que para muchos/ deberían ser considerados organizaciones terroristas↓/ eee/ yo creo que/ los facilitan/ y los facultan/ y los animan los propios Comisiones y UGT↓/ porque entonces aparecen como la solución↓/// dice→/ *veis↑/ si no estuviéramos nosotros/ llevándonos la pasta/ estarían estos mandándoos al hospital*↓ (Es radio, 28-01-11)

A través de la cita, los grupos sindicales se autocalifican como organizaciones que se llevan el dinero público, y cuya función tan solo consiste en servir al Gobierno tranquilizando a los trabajadores descontentos. El uso de expresiones coloquiales (*llevándonos la pasta*) contribuye a la estrategia paródica, y subraya el efecto negativo sobre la figura del autor

---

<sup>172</sup> El periodista hace referencia a unas declaraciones del presidente del Gobierno en las que comentaba, literalmente, que “Otegi ha tenido un discurso por la paz”. ([www. Libertaddigital.com](http://www.Libertaddigital.com)).

gramatical. En definitiva, se intenta desacreditar la imagen de las organizaciones sindicales, y para ello se las presenta como grupos que no realizan ninguna actividad que favorezca a los ciudadanos, y que solo pretenden conseguir dinero fácil.

También podemos encontrar que se parodia el discurso de un grupo organizado no de manera oficial, pero en el que sus miembros están unidos por afinidad ideológica. Nos referimos a grupos ideológicos definidos por ser de izquierdas, de derechas, nacionalista, etc. En el siguiente caso, se reproducen las palabras de un “progre”, término apocopado con el que se alude de manera peyorativa a las personas consideradas de izquierdas:

129. Estamos ante un progre↓/// sí/ no/ bueno/ tal vez/ todo cabe/ somos multiculturalistas/ sí/ no/ tal vez/ quizás/ tampoco↓// luego/ quizás/ acaso/ no sé↓ (3'') Zapatero→/ vamos↓ (Es Radio, 03-11-10)

La parodia suele valerse de los prejuicios y los significados arquetípicos para alcanzar su objetivo burlesco. Aquí se está reproduciendo el discurso de una típica persona de izquierdas desde el punto de vista del periodista. El discurso de este “progre” aparece como una enumeración asindética de unidades que expresan contradicción y duda. Así, observamos la aparición de adverbios con significado opuesto (*sí, no*), y otras expresiones que indican cierta dubitación o poca seguridad (*bueno, tal vez, quizás, acaso, no sé...*) La persona de ideología progresista aparece aquí como contradictoria e insegura, sin unas creencias estables, y a la que, en un momento dado, cualquier idea puede servirle.

Tras ello, y a través del conector reformulativo, aparece la conclusión a la que se quiere llegar, y la figura a la que se pretende definir con esta parodia: *Zapatero/ vamos*. El periodista presenta al presidente del Gobierno como al típico progresista que no tiene ideas propias, y que no es de fiar, ya que es capaz de adoptar, según su conveniencia, cualquier posición.

A veces, el nuevo locutor es difícilmente reconocible. En la mayoría de las ocasiones suele representar a todo aquel que se sitúe en contra de las posturas del hablante. En los dos siguientes fragmentos, el autor puede identificarse con los miembros del grupo de comunicación Prisa – ideológicamente definido como de izquierdas- o, más bien, con seguidores o defensores de su presidente, el fallecido Jesús de Polanco:

244. *Pobre D. Jesús*↓/ *están atacando su libertad de expresión*↓/ *qué pena más grande*↓<sup>173</sup>  
(Cope, 16-04-07).

245. *Don Jesús es mu güeno mu güeno*↓ (Cope, 16-IV-07) (Sic.)

La parodia se fundamenta en recursos de comicidad que hacen aparecer el enunciado y a su autor como dignos de risa y objetos de burla. Esta comicidad se produce, en el primer ejemplo, a través de la entonación que imita el llanto, y en el segundo, utilizando expresiones dialectales de carácter vulgar. De esta forma, ambos discursos aparecen como risibles, y, por tanto, desacreditados. Esta burla supone un ataque a la imagen grupal de los seguidores de ese medio, pero también hacia el medio mismo y su presidente. Es decir, a través del descrédito de su discurso, se descalifica no solo al autor del mismo, sino también a la persona o grupo que este intenta defender.

5.2.2.2.3. La función poética y el aspecto lúdico del lenguaje. Recursos estilístico-persuasivos<sup>174</sup>

Los apodos, los juegos de palabras o las metáforas ingeniosas son algunas de las licencias de las que, durante siglos, los géneros cómicos se han valido para entretener y convencer gracias a la genialidad del hablante. Bajo un aparente manto de coloquialidad, el discurso de FJL es fruto de un tratamiento cuidadoso del lenguaje, que busca exprimir cada una de sus posibilidades para, como en la sátira griega, denunciar un cúmulo de vicios y deficiencias con el arma de la inteligencia.

Por otro lado, debemos señalar que en la radio la palabra cobra especial importancia. La ausencia de imagen obliga al locutor a potenciar el caudal expresivo del lenguaje, así como a valerse, en ocasiones, y siempre sin romper la claridad expositiva, de determinadas figuras retóricas y estilísticas. (A. Merayo Pérez, 1992: 185; A. Balsebre, 1994: 69; A. Huertas Bailén y J. J. Perona Páez, 1999: 47).

---

<sup>173</sup> Imitando el llanto.

<sup>174</sup> Creemos pertinente recordar aquí la formación filológica de FJL – se licenció en Filología Española con una tesina sobre las acotaciones en el teatro de Valle-Inclán-, de modo que es fácil suponer que los recursos de retórica y estilística no son nada desconocidos para él. Del mismo modo, podríamos colocar a nuestro hablante dentro del extenso grupo de los periodistas escritores o escritores periodistas. FJL ha publicado numerosos libros, sobre todo de ensayos, aunque también ha cultivado el género lírico.

Como ya hemos indicado, este uso de la dimensión poética del lenguaje no solo tiene por objetivo aligerar el discurso y entretener al público. La utilización de ciertas figuras que realzan estéticamente el mensaje es un recurso que, desde los géneros cómicos de la Antigua Grecia hasta la publicidad de hoy día, resulta de una gran rentabilidad. C. Fuentes Rodríguez (2000) piensa que la mayoría de los empleos de la denominada dimensión poética tiene como objetivo convencer o persuadir. De esta forma, lo poético suele supeditarse a lo argumentativo:

“En la mayoría de estos empleos lo poético parece usarse para defender y apoyar un tesis. No solo aparecen juntas ambas dimensiones, sino que una se utiliza en orden de la otra: lo poético para proporcionar un valor argumentativo” (C. Fuentes Rodríguez, 2000: 161).

Así, para nuestro hablante este uso lúdico del lenguaje devendrá en otra estrategia de desvío, gracias a la cual poder tomar cierta distancia ante lo dicho, trivializar el mensaje a través del humor y el ingenio, y así poder decir aquello que de manera recta resultaría excesivamente violento, y que tendría repercusiones en la propia imagen del hablante. No dejamos de hablar, por tanto, de actividades de imagen: de descortesía, por un lado, dado que se atenta contra la imagen de su referente o protagonistas de su discurso; de cortesía, por otro, ya que se busca la complicidad con su audiencia, a la que se invita a descifrar los juegos retóricos y a mofarse de aquellos a los que se critica; y de autoimagen, en último lugar, ya que el hablante cuida de mostrarse como una persona culta, ingeniosa y con sentido del humor.

Clasificaremos las diferentes estrategias estilístico-persuasivas utilizadas por el hablante tomando como criterio el nivel de la lengua en el que se manifiestan: léxico, semántico, morfológico, sintáctico y fonológico. En la mayoría de las ocasiones, la figura utilizada no se desarrolla exclusivamente en un solo nivel, sino que su funcionamiento se extiende a través de varios planos de la lengua de manera simultánea. En estos casos situaremos la figura dentro del apartado referido al nivel donde su incidencia sea mayor.

#### *5.2.2.2.3.1. Nivel morfológico*

Una de las estrategias más usuales en el discurso de FJL es el uso continuado de neologismos. Este es un recurso muy creativo que sirve al hablante para expresar realidades

sin la necesidad de ceñirse a restricciones terminológicas consensuadas. Los nombres, tanto los comunes como los propios, están expuestos a un proceso de desgaste debido al uso, y de ninguna manera sirven a nuestro hablante para referirse a determinadas realidades sobre las que desea proyectar su personalísimo punto de vista. D. Estébanez Calderón (1996) considera el uso de neologismos un elemento básico de experimentación verbal en el que “se advierte un claro deseo de acabar con las formas coaguladas del lenguaje, con las palabras que falsean las intuiciones, un deseo de transgresión y modificación del lenguaje recibido para contar cosas y vivir cosas que todavía no están hechas, que se están haciendo” (726).

El hablante se vale del proceso de la sufijación para crear nuevos antropónimos al estilo de motes o apodos, que, además de señalar a la persona, indican ciertas características de su personalidad. Es normal, por ejemplo, que el periodista se dirija al por entonces ministro de Justicia, Gómez Bermejo, como “Bermejinsky”, y al fiscal del Estado, Conde Pumpido, como “Candinsky”. En ambos casos la terminación en *-isky* (propias de los antropónimos rusos) hace referencia de manera paródica a la extrema ideología de izquierdas en la que, según el periodista, se alinean estos individuos.

La sufijación también es útil para crear nuevos adjetivos relacionales a partir de nombres propios:

246. [...] es un tipo de extrema izquierda↓/ aunque da la impresión de que tratan/ desde el Ministerio del Interior↓/ que ha manejado↓/ es decir que ha manipulado↓/ y cuenta goteado/ a la manera rubalcabesca pues toda la información↓ (Es Radio, 13.01-11)

El término “*rubalcabesca*” hace referencia a un nuevo adjetivo relacional (relacionado o perteneciente a Rubalcaba) que extrae rasgos de la personalidad del ministro y los convierte en comunes, en prototípicos. Las cualidades que se destacan no son precisamente positivas, pues en este contexto *actuar de manera “rubalcabesca”* es sinónimo de manipular o engañar.

En el siguiente caso, el relacional surge a partir del apellido del presidente del Gobierno:

247. Todos los mamarrachos que hacen presunto humor en las infinitas cadenas y cadenitas de televisión zapateriles↓ (Cope, 23-04-07)



Se pone así de manifiesto la falta de independencia de ciertos medios de comunicación, a los que se critica por estar abiertamente a favor del Gobierno y de su presidente. El diminutivo en *-ita (cadenitas)* busca igualmente cargar peyorativamente contra la imagen de esos grupos a través de la ridiculización y la burla.

D. Estébanez Calderón (1996) señala que “entre los recursos creadores de nuevos vocablos figura el juego de asociaciones en torno a una determinada palabra” (727). En nuestro hablante este proceso suele surgir alrededor del apellido del ministro del Interior. El término *Rubalcaba* se ha convertido, por tanto, en un nombre común que hace referencia a una serie de cualidades negativas relacionadas con el ministro. Tanto es así que es común la creación de antropónimos originados a partir de añadir a la palabra, a la manera de un sufijo, la última parte de dicho apellido:

248. Camacho es Camachocaba↓/ García Hidalgo/ pues es Garcíahidalgocaba↓/// y los policías/ policíacaba↓ (Es Radio, 02-02-11)

De esta manera, se presenta a ciertos altos cargos de la policía, e incluso a toda la institución, como meras proyecciones, como entidades derivadas o subordinadas al ministro del Interior. Se pone en tela de juicio, por tanto, su independencia a la hora de actuar.

También pueden añadirse a la palabra morfemas flexivos de número. Esto sería normal si la marca de plural no cayera en nombres propios, proceso no normativo:

125. Mariano alrededor quiere nulidades↓/ no gente de fuste que puede hacerle sombra↓// no/ no/ no↓/// él quiere sentirse cómodo en el PP↓/ o sea/ muchos sorayos→/ muchos moragas→/ muchos camachos/ camachitos y camachetes↓ (Es Radio, 04-11-10)

Al añadirles la marca de plural, el hablante convierte los nombres propios en comunes, destacando las cualidades negativas de estos políticos. Estamos ante una estrategia que consiste en crear conceptos nuevos que definen realidades a partir de las características singulares, en este caso negativas, de una persona. El hablante afirma que el presidente del PP prefiere rodearse de ese tipo de personas a las que califica de mediocres o faltos de personalidad, lo que denota un menosprecio hacia ellas.

También encontramos neologismos que surgen a partir de la unión de dos palabras (composición). El hablante suele crear un término nuevo a partir de la suma de dos ya

existentes, normalmente nombres propios de personas o de organizaciones. Así, de la suma del PSOE y el Grupo de comunicación Prisa tenemos el término “prisoé”, del resultado de unir los nombres de dos dirigentes nacionalistas, Carod Rovira y Juan José Ibarretxe, obtenemos “Roviretxe”, o de la igualación de ETA y de Herri Batasuna surge el término “Etasuna”:

249. El compromiso diario es ayuda a los batasunos o etasunos↓ (Cope, 14-04-07)

De esta manera se produce una contaminación semántica, derivada de la igualación de ambos términos:

*ETA + Herri Batasuna= Etasuna*

Otros compuestos surgen de la unión de un antropónimo más un nombre común. De esta manera, el nombre propio de la persona aparece contaminado de las cualidades del término al que se ve unido. En el siguiente fragmento, se presenta al presidente del Gobierno como alguien despistado, y sin capacidad de reacción ante los hechos que le rodean:

250. Luego iremos con el Zapazombie (Es Radio, 22-11-10)

Este recurso es utilizado para nombrar al alcalde de Madrid, al que se le critica su poca contención en el gasto:

251. El déspota Gastardón (Es Radio, 22-11-10)

O, finalmente, la palabra compuesta puede surgir de la unión de dos nombres comunes. En el siguiente caso, el neologismo hace referencia a la actitud esquiva del ministro del Interior con los periodistas.

252. [...] Rubalcaba/ últimamente huyendo de los periodistas↓/ que para un portavoz del Gobierno no está mal↓/ PORTACÓZ/ más que nunca↓// luego decían de la patada en la puerta de Corcuera↓/// al lado de las coces de Rubalcaba→/ nada↓/ caricia de amigo↓ (Es Radio, 01-02-11)

En ocasiones el nuevo término supone una definición más acertada de aquello que se quiere decir:

134. Este es el resumen del 11M↓/ El restario↓ (Cope, 16-04-07)

#### 5.2.2.2.3.2. Nivel léxico

Una de las estrategias satíricas más populares consiste en asignar un apodo a las personas a las que se desea criticar. Este sobrenombre suele recoger una o varias cualidades negativas de este. De esta manera, se toma como etiqueta particular para referirse a esa persona, en vez de su nombre, o superpuesto a él, un mote originado a partir de un término con matiz peyorativo. A la ministra de Economía, por ejemplo, se la presenta como una dirigente incapaz e inútil:

253. Entre el número de incompetentes/ sobresalen algunas incompetentas↓/// la incompetenta mayor es/ calamidad Salgado↓/ doña calamidad↓ (Es Radio, 01-12-10)

La fórmula de tratamiento *doña* subraya aún más la burla, ya que se produce un contraste manifiesto entre su efecto formal y de cortesía, por un lado, y el contenido humorístico del apodo, por otro. Cabe destacar en este ejemplo la estrategia paródica de marcar el género femenino de manera flexiva en adjetivos que no lo permiten (*la incompetenta*), en una clara alusión a la política lingüística del Gobierno.

La comicidad aumenta si el apodo aparece en su versión inglesa:

254. [...] esa distinguida/ inútil/ llamada Salgado↓/ Calamity/ Salgado/ calamidad Salgado↓ (Es Radio, 26-11-10)<sup>175</sup>

Muchos de estos apodos trascienden su propio discurso, y son utilizados con frecuencia por sus seguidores. Es el caso de “maricomplejines”, asignado a los miembros del Partido

---

<sup>175</sup> Con la expresión *Calamity*, el hablante también puede referirse a cierto personaje histórico que ha sido llevado a la pequeña pantalla en numerosas ocasiones. Calamity Jane fue una defensora fronteriza y exploradora profesional estadounidense de finales del siglo XIX.

Popular en referencia a su supuesto complejo de inferioridad con respecto a los partidos de izquierdas. Del mismo modo, y basándose en procesos de similitud fonética, el Partido Popular será el “Partido P’ayudar”, y la que antaño fuera la tercera fuerza más votada por los españoles, Izquierda Unida, se ha convertido ahora en “Izquierda Hundida” para todos sus oyentes. Igualmente, durante el periodo en que el periódico ABC no siguió la línea editorial del programa en relación con los atentados del once de marzo, este pasó a denominarse el “diario inane”:

255. Mal que le pese al diario inane↑/ casi extinto↑/ lo que estalló en los trenes no fue Goma Dos Eco↓ (Cope, 10-04-07)

Este apodo puede hacer alusión a una circunstancia concreta que supone cierto daño a la imagen del que lo recibe. Así, de un suceso concreto y coyuntural, el hablante crea un antropónimo, es decir, un sustantivo que etiqueta de manera permanente a la persona, y la define consustancialmente. Ya hemos comentado el caso de la fiscal Olga Sánchez, que, durante la instrucción del juicio sobre los atentados del once de marzo, se dirigió de manera contundente a los abogados conminándoles a que no volvieran a afirmar que lo que estalló en los trenes no fue Goma Dos Eco (postura defendida desde la cadena), y les dirigió la siguiente expresión: *¡en los trenes estalló Goma Dos Eco y vale ya!* Esta salida de tono de la fiscal es aprovechada por FJL para, tomando esa muletilla final como apodo, mostrar a la fiscal como autoritaria y dictatorial cada vez que se refiere a ella:

256. Toda la vida les perseguirá esa fechoría al juez Del Olmo y a la fiscal vale ya↓/// ¡AAAYYY↓!/ vale ya↓ (Cope, 10- 04- 07)

Mediante la misma estrategia, se intenta poner en duda la eficiencia del ministro de Trabajo, Valeriano Gómez, asignándole un apodo que hace referencia a unas supuestas tareas poco edificantes que realizaba en el pasado:

257. Ayer/ no se había ido todavía / Fred Merkel/ y ya estaba Valeriano/ TÍPPEX/ Valeriano↓// ese hombre cuya aportación esencial↑/ la línea que ha escrito en la historia↑/ la borró con Tippex↓// su única aportación/ que conozcamos/ es que a las órdenes de Caldera/ borraba con Tippex/ los acuerdos oficiales/ con membrete/ oficial/ del Ministerio↓/ bueno pues no sé si→/ de trabajo no sería↓/ sería de paro↓/// pues Tippex Valeriano/ al final ya dijo que [...] (Es Radio, 04-02-11)

Para referirse al alcalde de Madrid utiliza, entre otros, un apodo que recuerda constantemente al oyente las incomodidades de las continuas obras que este lleva a cabo en la capital de España:

258. Vamos a ver alcalde zanja↓/ explícame qué es lo que digan los jueces↓ (Cope, 11-04-07)

Al final lo que queda es la circunstancia, la coyuntura negativa basada en hechos concretos o en ciertas cualidades que definen en términos negativos a la persona o entidad. Sí, no es más que un apodo, una etiqueta humorística, pero la aparición de estas, en sustitución del nombre propio o superpuestas a este, hacen que esta descalificación se grabe en la mente de sus oyentes, y permanezca como una pesada losa permanentemente adherida a la persona que la sufre.

#### 5.2.2.2.3.3. Nivel sintáctico

El paralelismo es una figura del nivel sintáctico, en el sentido en que consiste en la repetición de ciertas construcciones gramaticales, pero, a su vez, estas iteraciones repercuten en el ritmo del fragmento, así como en la insistencia semántica en una misma idea. Este carácter interdimensional aparece en la definición de D. Estébanez Calderón (1996): “procedimiento estilístico caracterizado por la recurrencia simétrica de palabras, estructuras sintácticas y rítmicas, o contenidos conceptuales a lo largo de un texto” (801).

Todas las figuras de repetición tienen una enorme relevancia en los textos persuasivos, ya que suponen un elemento esencial dentro de los mecanismos de grabación, muy utilizados, por ejemplo, en el discurso publicitario. Es frecuente que el paralelismo aparezca reforzado por la repetición anafórica al inicio de enunciado. En el caso de FJL, la estructura paralelística suele girar alrededor de una idea o de un personaje al que se desea desacreditar:

259. Vamos a ver↓/ Rubalcaba↓/ si no quieres dar clase de primero de derecho↑/ entre otras cosas porque no has dado/ ni sabes de qué trata primero de Derecho↓/ ni sabes lo que es el Derecho↓/ ni sabes lo que es la comunicación↓/ ni sabes lo que es el español↓/ ni sabes lo que es comerlo ni beberlo↓/ y, por tanto ni “comérselo ni bebérselo”↓/ si no sabes gramática↓/ si no sabes derecho↓/ por lo menos ten decoro y dignidad↓ (Es Radio, 01-11-10)

Esta licencia permite al hablante ir avanzando en su argumentación mediante la superposición de sucesivos argumentos. Igualmente, estas estrategias de repetición provocan que el discurso vaya, de manera gradual, violentándose, y volviéndose cada vez más agresivo, hasta terminar en un clímax descortés que solo puede finalizar debido a un cambio de tema o de sección:

204. [...] cuatro millones seiscientos mil parados y tú cómodo/ ¿no↑? (3'') las víctimas del terrorismo contra la nueva negociación del Gobierno y la ETA/ y tú cómodo↓ (3'') o sea el déficit monstruoso camino de Argentina/ con Madrid como escaparte de la ruina pero tú/ cómodo↓ (3'') o sea los impuestos subiendo pero tú/ cómodo↓ (3'') la inseguridad creciendo pero tú/ cómodo/ ¿eh↑?/// y así podría estar hasta las siete y veinte pero es que entonces no nos daría tiempo para los titulares↓ (Es Radio, 4-11-10)

Anteriormente observamos cómo el hablante articula el paralelismo alrededor de una expresión extraída de unas declaraciones del presidente del PP, en las que comentaba que quería sentirse cómodo dentro de su partido. A partir de aquí se construyen una serie de enunciados con igual terminación (*epífora*).

En otras ocasiones, la palabra que refuerza el paralelismo se repite al inicio de cada enunciado (*anáfora*):

29. Rubalcaba/ el gran mentiroso↓/ Rubalcaba/ el que ha mentido siempre↓/ Rubalcaba/ el que ha utilizado el terrorismo para asustar a las criaturas TONTAS del PP o para corromperlas↓/ Rubalcaba/ el tío que en un país normal→/ no solamente no estaría en la política↓/ sino que estaría/ quizás/ en régimen abierto↓/ pero porque en España hay mucho régimen abierto↓/ en otros países le costaría mucho que le abrieran la celda↓ (Es Radio, 29-10-10)

En el siguiente ejemplo, esta estrategia de repetición aparece como explicación reiterada y enfática de un insulto:

140. Lo que creo es que tener a esta gentuza analfabeta↓/ gentuza porque ellos/ no se bajan la pensión↓/// gentuza porque ellos/ con dos legislaturas tienen todos los derechos habidos y por haber↓/// y gentuza porque MIENNNTEN↓/ más que hablan↓/// pero es que encima analfabetos↓ (Es Radio, 17-12-10)

La anáfora puede estar compuesta por un conector que aporte énfasis y contundencia a los enunciados que introduce. Es común encontrar *es que* al inicio de cada argumento:

145. Es que no estudian↓/ es que no trabajan↓/ es que no preparan la cosas pero ni un folio↓/ ni media cuartilla↓ (Es Radio, 03-11-10)

205. [...] es que además es el portavoz del gobierno del Gal↓/ es que además pagó para destruir pruebas del Gal↓/ que se publicó hace poco en el diario *El Mundo*↓/ con un señor/ con un empresario que dijo/ a mí a mi Rubalcaba me dijo/ me hizo/ meeee/ tenía que hacer/ esto↓/// pero es que es/ el gran manipulador/ de la masacre/ del 11M↓/ pero es que es/ el gran enterrador/ de la masacre del 11M↓/ pero es que es el gran manipulador de jueces y fiscales↓/ hasta el día de hoy↓/ pero es que es/ el responsable/ del caso/ más repugnante de corrupción policial/ que se recuerda en España↓ (Es Radio, 28-01-11)

Si la repetición corresponde a una estructura exclamativa, el sentimiento, en este caso de indignación y desprecio hacia el político, aparece subrayado:

206. Qué tontuna↓/ qué inepticia↓/ qué incompetencia↓/ qué incapacidad intelectual↓/ qué falta de criterio político↓/ qué ausencia de sensibilidad social↓ (Es Radio, 26-11-10)

Otra figura que actúa en el plano sintáctico es la enumeración. En los estudios de retórica clásica la *enumeratio* hacía referencia a una licencia poética que consistía en presentar una serie de realidades vinculadas entre sí. En el discurso de FJL encontramos esta figura normalmente en su variante asindética, es decir, sin la presencia de nexos entre los términos que la componen:

66. EL juez cineasta/ periodista/ titiritero/ eee// comensal/ colegiante/ es decir/ cualquier cosa menos juez↓ (Cope, 12-04-07)

El hablante enumera todas las actividades o facetas del juez Garzón, de manera que este aparece como alguien que se ocupa de todo menos de cumplir con su trabajo. El término *titiritero*, se utiliza para referirse despectivamente a una serie de artistas de izquierdas (exogrupo).

Un procedimiento de gran creatividad consiste en la desautomatización de ciertos refranes o frases populares propias del acervo popular. Esto tiene una elevada rentabilidad argumentativa, ya que el oyente, que conoce el adagio, se sorprende al toparse con dicha modificación humorística y de carácter crítico. El hablante rompe con las expectativas del receptor, por lo que se consigue que este preste más atención al enunciado:

12. Piensa Gallardón que todos son de su condición↓ (Cope, 11-04-07)

Estamos ante una estrategia que permite al hablante tildar de ladrón al alcalde de Madrid. Mediante la sustitución del término original del refrán, *ladrón* por *Gallardón*, el oyente identifica automáticamente ambos términos.

*Piensa el ladrón = Gallardón que todos son de su condición.*

Si el periodista hubiera recurrido al insulto directo, esto podría haber sido objeto de demanda. En otras ocasiones, el hablante no utiliza refranes, sino frases popularizadas a través de cánticos o lemas de manifestaciones a favor de la libertad:

207. [...] poca policía/ y mucha/ mucho Rubalcaba (Es Radio, 02-02-11)

Este tipo de estrategias poseen una enorme eficacia desde un punto de vista persuasivo. P. Sancho (2000) estudia la desautomatización fraseológica en publicidad, y comenta que su gran rentabilidad surge, por un lado, de la ruptura de las expectativas del receptor, y, por otro, de que este siempre conserva en su mente la unidad original, por lo que el nuevo eslogan, en principio efímero, adquiere cierto sesgo de perennidad que hace que se grave por más tiempo en su mente.



El hablante puede añadir a la expresión popular cierta coletilla o coda final, que supone una agresión mayor a la imagen de la persona a la que se refiere, en este caso, a Alfonso Guerra:

208. Alfonso tira la piedra/ esconde la mano/ y guarda la nómina (Es Radio, 02-11-07)

La expresión popular asignada al político ya supone por sí misma un ataque a la imagen del ex dirigente socialista, ya que se le presenta como alguien que actúa por detrás, de manera huidiza y esquivada. Pero el hablante no se resiste, y aporta un final de cosecha propia, que supone una amenaza mayor, ya que se le acusa de actuar guiado tan solo por el dinero.

En el siguiente caso el periodista utiliza la locución verbal coloquial *dársela a alguien con queso*, que, según el *DRAE*,<sup>176</sup> significa “engañar o burlarse de alguien”. Con ello pretende el periodista mostrar la ingenuidad y falta de inteligencia del ministro del Interior:

209. Rubalcaba↑/ te la dan con queso y sin queso↓ (Es Radio, 12-11-11)

A la frase hecha añade un segmento de propia creación (*sin queso*) que funciona como un modificador realizante (MR) que intensifica el valor descortés del segmento anterior, puesto que expresa que la candidez de Rubalcaba se hace patente en todas las situaciones y de todas las formas posibles.

#### 5.2.2.2.3.4. Nivel semántico

La metáfora es un procedimiento lingüístico que consiste en nombrar una realidad con el nombre de otra con la que guarda una relación de semejanza (D. Estébanez Calderón, 1996: 661). Esta definición podría ser matizada, y podríamos añadir que la semejanza entre estos dos términos puede proceder de la intención del hablante de mostrar la igualdad, más o menos real, entre estas dos realidades en alguno de sus aspectos.

Esta figura supone un medio idóneo para potenciar el valor visual de la palabra, que puede llegar a transmitir en el oyente imágenes evocadoras. Así, y como indican M. Martínez

---

<sup>176</sup> Vigésima segunda edición ([www.rae.es](http://www.rae.es)).

Costa y J. R. Díez Unzueta (2005), es normal que en radio se recurra “al uso de metáforas sencillas y plásticas” (48).

Del mismo modo, la identificación entre dos realidades se ha utilizado tradicionalmente como un recurso del lenguaje coloquial muy rentable a la hora de insultar o descalificar a alguien. Una de sus variantes más usadas en este sentido serían las metáforas zoomórficas, especialmente ofensivas:

200. [...] dirá alguno→/ claro↑/ los ofidios↓// o sea las culebras/ serpientes/ etcétera↓/ ya se sabe↓// pisa la cola y sssshhp↑/ salen zumbando↓// ayer hizo eso Rubalcaba↓ (Es Radio, 26-01-11)

Del término imagen, en este caso la serpiente, se destaca popularmente su maldad y su astucia, cualidades que el hablante pretende trasladar al ministro del Interior. De otros animales, como el gorila, se extraen cualidades referidas a su primitivismo y rudeza. Esta imagen es con frecuencia utilizada para referirse al presidente de Venezuela, Hugo Chávez:

210. Este/ el gorila del trabuco [...] (Es Radio, 26-01-11)

Estas animalizaciones pueden aparecer expresadas a través de metáforas adjetivales, en las que se asigna a la persona cualidades propias de un animal:

211. Le ha empitonado un juez corniveleto/ astifino/ peligrosísimo/ por haber recibido una patada en los testículos que lo dejó desmayado↓ (Cope, 23-04-07)

También encontramos cosificaciones, en las que se identifica a ciertos políticos con objetos creados para realizar acciones reprobables:

212. Esto es Rubalcaba/ una máquina de engañar↓ (Es Radio, 03-11-10)

En ocasiones la metáfora se manifiesta a través de un juego de palabras en el que se debe entender un término no en su sentido literal o recto. Se juega, por tanto, con la polisemia:

213. Zapatero se ha operado de miopía↓/ de la ceguera moral que es lo que más debería afligirle↓ (3´) debería recuperar un poco de vista↓ (Cope, 09-04-07)

Esto da lugar, en ocasiones, a juegos metafóricos antitéticos:

214. ¿No debería usted personarse↑/ alcalde↑/ en lugar de hacer el caldo gordo a su diario de cabecera↑/ *El País*↑/ y a su diario de pedicura↑/ el *ABC*↑?/ ¿no debería↑? (Cope, 11-04-07)

El hablante puede usar un término en su sentido recto, y, tras ello, ayudar al oyente a interpretarlo en un sentido figurado. Si aparecen ambos en el discurso nos encontramos ante una dilogía, figura muy utilizada por los escritores conceptistas del Siglo de Oro:

215. Ya opinan de todo/ del AVE/ de la agricultura/ de España/ del comercio↓ (3´) dentro de poco le harán un dictamen sobre el calentamiento global↓/// el calentamiento global es que te vamos a calentar/ ZP↓ (Cope, 09-04-07)

El periodista se escuda en el pretendido tono humorístico para lanzar este enunciado en el que se incita a la audiencia a agredir al presidente del Gobierno.

Muy propicio para la descalificación humorística resulta también el símil, que a diferencia de la metáfora, no identifica dos realidades, sino que simplemente las relaciona:

75. Es difícil comportarse/ de una manera/ más servil↓// más cercana/ a un chihuahua/ o a un perrito pequinés que como lo hizo ayer el despótico Gobierno de Zapatero↓(Es Radio, 04-02-11)

Esta figura tiene como objetivo ridiculizar o poner en evidencia la falta de preparación y destreza de ciertos cargos públicos. En el siguiente ejemplo, se critica de manera muy expresiva la falta de experiencia de un ministro recién nombrado:

260. ¿Y por qué mandan a hablar al pobre Jáuregui↑?/// bueno↓/ ya lo han visto↓/ estaba nervioso como un adolescente en su primera cita↓ (Es Radio, 17-12-10)

Las comparaciones utilizadas pueden pertenecer a la fraseología popular. En el siguiente caso, se utiliza esta expresión para subrayar cierta cualidad negativa del ministro del Interior:

30. Eres más falso que un euro de papel (Es Radio, 01-11-10)

J. Chantraine de Van Praga (1971: 2) destaca la especial intensidad expresiva que estas comparaciones estereotipadas aportan al contenido descalificativo.

La hipérbole es otra de las llamadas figuras de pensamiento que más se utilizan en la literatura de carácter cómico. D. Estébanez Calderón (1996) señala que su uso es común en los textos coloquiales y en la propaganda, y afirma que “en esta última se produce una comunicación encomiástica desmesurada con el fin de provocar en el oyente la adhesión a su mensaje, en el que todo se revela como “excepcional”, “extraordinario”, “colosal”, “fantástico”, etc.” (507).

247. Todos los mamarrachos que hacen presunto humor en las infinitas cadenas y cadenas de televisión zapateriles↓ (Cope, 23-04-07)

La exageración apoya de manera muy expresiva la idea de la falta de independencia de la mayoría de los medios de comunicación de nuestro país. En el siguiente caso, la hipérbole sirve al hablante para mostrar la total incapacidad de Mariano Rajoy a la hora de hacer oposición:

248. [...] si no eres capaz de hacerlo ahora/ Mariano/ no lo podrás hacer NUNCA/ ni en siete vidas/ ni en setenta vidas que tuvieras (Cope, 12-01-09)

Para expresar el estatismo del Gobierno, su falta de respuesta ante problemas como el terrorismo, el hablante se vale a veces de la paradoja. Esta figura presenta un razonamiento que, a primera vista, parece absurdo o contradictorio, pero que termina revelando una idea razonable o una pura verdad:

249. ¿Qué es lo novedoso con respecto a la política del Gobierno↑?/ pues que con respecto a la ETA sigue igual↓ [...] y dirán ustedes→/ ¿pero cómo va a seguir igual después de haber puesto un coche bomba↑/ matar a dos ecuatorianos↑/ no matar a doscientos/ pues/ de milagro↑?/ ¿cómo va a seguir igual↑?/pues sí/ sigue igual↓/// mejor dicho/ sigue peor↓ (Cope, 10-04-07)

El hablante juega con la aparente contradicción entre las ideas de novedad y estatismo. Se critica al Gobierno por no hacer nada, y eso aparece como novedoso o sorprendente, lo que da mayor fuerza a la crítica. La aparente contradicción llega a su máxima expresión en el enunciado rectificativo (*mejor dicho/ sigue peor*). El verbo *seguir*, al indicar permanencia, no admite adjetivos en grado comparativo, por lo que nos encontramos ante una especie de “paradoja o contradicción gramatical”. Mediante esta construcción el hablante realiza dos críticas al Gobierno que, en principio, parecen contradictorias: le echa en cara no hacer nada en contra de la ETA, pero, sin embargo, se afirma que su política antiterrorista es aún peor que antes.

#### 5.2.2.2.3.5. Nivel fónico

Ya hemos indicado la enorme repercusión que muchas de las figuras analizadas más arriba poseen en cuanto a la consecución de cierta musicalidad en los textos de FJL. Sabemos que este hablante asigna una especial importancia a las características fónicas de su discurso, exprimiendo todas las posibilidades de recursos como la entonación, el ritmo o los silencios.

En cuanto a las licencias que funcionan especialmente en este nivel, podemos destacar el uso de la paranomasia, o utilización humorística de ciertas palabras con cierta similitud fónica. En el siguiente caso, de nuevo encontramos la burla dirigida la dirigente socialista Isabel López i Chamosa:

36. Esta que dice que es aragonesa consorte (Es Radio, 17-12-10)

Este fragmento posee una carga especialmente descortés, ya que el hablante ataca a la imagen de rol de esta persona, pero no a su rol como político, como se esperaría en un tipo de texto como el nuestro, sino que se pone en duda su papel de esposa.

La función poética y el sentido lúdico del discurso llegan a manifestarse incluso a través de la aparición de la rima:

31. Al banquillo irás↑ / y no volverás↓ (Cope, 16-04-07)

En definitiva, el hablante se vale del juego, la broma y la desviación estilística para manifestar, con un menor riesgo hacia su imagen, enunciados de una enorme gravedad. Así sucede en el caso anterior, donde la rima envuelve la exigencia de llevar al banquillo a ciertos miembros de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado.

### **5.2.3. Los actos impositivos**

Entendemos por modalidad la expresión de la actitud del hablante ante lo dicho. Ya sabemos que esta puede aparecer marcada a través de diferentes procedimientos como la entonación, los morfemas (modo verbal, sufijos), el léxico, el orden de palabras y, en especial, por medio de ciertos adverbios. La *Nueva gramática de la lengua española*,<sup>177</sup> al igual que la mayoría de estudios gramaticales, diferencia dos tipos de modalidad: modalidad de la enunciación y del enunciado. El primer tipo se aplicaría a enunciados completos,<sup>178</sup> y su clasificación suele venir marcada por las funciones del lenguaje que predominen en ellos:

- Enunciados aseverativos o enunciativos: función referencial.
- Enunciados exclamativos, desiderativos o dubitativos: función emotiva.
- Enunciados interrogativos o yusivos: función apelativa.

Con respecto a la modalidad del enunciado, esta presenta una mayor diversidad de nociones, que añaden ciertas estimaciones del hablante sobre lo dicho. Podemos hablar de modalidad epistémica o del conocimiento, deóntica o de la obligación, alética o de la necesidad o probabilidad, volitiva, etc. Las categorías que pueden expresar de una manera más especializada este tipo de valores son los denominados adverbios de modalidad.

Desde otro punto de vista, C. Fuentes Rodríguez (2007a) aporta una visión más abierta y flexible de la cuestión, e indica que el concepto de modalidad debe extenderse a todos aquellos elementos – sintagmas, adverbios u oraciones- “que sirven para expresar la actitud del hablante con respecto a lo dicho, a la realidad o al oyente” (35). Entre las diversas formas en las que esta se muestra, cita las siguientes:

---

<sup>177</sup> RAE (2010).

<sup>178</sup> Como bien afirma C. Fuentes Rodríguez (2007), la modalidad debe aplicarse al enunciado, no a la oración, “porque la modalidad surge al hablar, al ser emitido el segmento” (34).

- evidencialidad o reafirmación: *ciertamente, es evidente que...*
- duda, posibilidad, probabilidad: *probablemente, posiblemente, quizás...*
- origen de las informaciones, o marcas de enunciador: *al parecer, por lo visto, personalmente, para mí...*
- deseo: *menos mal, gracias a Dios...*
- emoción positiva: *afortunadamente...*
- emoción negativa: *por desgracia, de manera lamentable...*
- sorpresa: *sorprendentemente...*
- valoración (del *dictum* o del sujeto como hablante): *extrañamente, paradójicamente, de forma ilógica...*
- apelación: *por favor, mira...*

La modalidad, tal y como apreciamos en el último caso, también puede ir dirigida al receptor. Los enunciados apelativos, por tanto, van destinados a que el destinatario actúe, es decir, el hablante busca una respuesta o reacción en él. Esta respuesta puede ser de tipo lingüística (enunciados interrogativos) o no lingüística (enunciados yusivos o exhortativos).

Pero la modalidad apelativa no solo aparece a nivel enunciativo (modalidad de la enunciación). Tendrán también especial relevancia otras estrategias, como la elección de una fórmula de tratamiento más o menos formal (*tú/usted*) a la hora de mostrar una determinada actitud (des)cortés con respecto al otro participante. También dedicaremos un apartado a una serie de elementos especializados en expresar modalidad apelativa. Hablamos de los apéndices apelativos, integrados por ciertas expresiones más o menos fosilizadas que ejercen esta función. Por último, nos referiremos a una estructura sintáctica que pertenece a la modalidad apelativa: el vocativo.

La modalidad apelativa, desde el momento en que hace referencia al oyente, se suele estudiar a partir de textos en los que ambos interactuantes (emisor/receptor) están presentes en el texto. Así, se habla de esta modalidad eminentemente en textos dialogales (conversación, tertulias, debates, género dramático, etc.) Sin embargo, también podemos encontrar alusiones al oyente en los textos monologales, es decir, en aquellos en los que este no se encuentra presente, ya que no está ante la persona que emite el discurso. En el discurso mediático, por ejemplo, es normal que el hablante se dirija directamente a su audiencia (destinatario directo) para que su mensaje llegue de una manera más efectiva, consiguiendo así cierta complicidad

con sus oyentes (A. Merayo Pérez, 1992; A. Huertas-J. J. Perona Páez- M. Martínez-J. R. Díez, 2005):

60. Que sí/ sí/ ya sé que se siente mal/ un poco de fiebre/ *no sé si he cogido algo de frío*↓// sí/ habrán cogido frío/ pero se tienen que levantar igual↓// quieren animarse a levantarse ¿verdad↑?/ pues levántense contra el Gobierno/ que hay motivos↓// y si no contra la oposición/ que también↓// no tantos pero los hay↓ (Es Radio, 02-11-10)

En los casos en los que FJL se dirige directamente a su audiencia, no lo hace, por supuesto, con una intención descortés o impositiva, sino buscando cierta cercanía y afiliación con las personas que diariamente se acercan a su programa. Sin embargo, en otras ocasiones, el hablante se dirige directamente, y a través de la segunda persona, a ciertas personas de las que habla o las que critica:

41. Y usted/ D. Mariano/ decídase↓/ para variar/ decídase↓ [...] Aclárese/ D. Mariano↓ (Cope, 11-04-07)

Como indicamos en (4.2.4.2.), en estos casos el político ejerce el papel de alocutario o receptor gramatical del enunciado, aunque los destinatarios directos, a los que realmente desea transmitir su mensaje, siguen siendo sus oyentes habituales. En estos fragmentos, el hablante puede optar por la modalidad apelativa para dirigir a estos personajes a los que pretende atacar ciertos enunciados que suponen un claro riesgo con respecto a su imagen negativa (P. Brown y S. Levinson (1987 [1978])), ya que se presenta lo dicho como una imposición tajante que les restringe de algún modo su libertad de acción. De la misma forma, esta imposición hacia a este “receptor discursivo” puede surgir si el hablante se dirige a él por medio de vocativos injuriosos, irónicos o familiares, o, por último, a través de ciertas estructuras apelativas demasiado directas.

Como sucedía con los mecanismos de refuerzo de la aserción o de descalificación, nos encontramos ante una estrategia en la que el periodista intenta mostrarse descortés hacia la persona de la que habla (tema discursivo), para así estrechar los lazos afiliativos con respecto a sus oyentes, que legitiman este ataque hacia aquellos que no comparten sus valores ideológicos. Sin embargo, en el caso de los actos impositivos apelativos, la descortesía es especialmente evidente, ya que el hablante, al convertirse en destinatario gramatical y directo



de los ataques, recibe un tipo de daño distinto al de las estrategias anteriores, y muy novedoso con respecto a este tipo de textos de crítica política: este se ve conminado de manera brusca a realizar una serie de acciones mediante actos impositivos que restringen su libertad de acción (imagen negativa). No obstante, el objetivo del hablante no es que este ejecute estas actuaciones que se le ordenan, sino, a través de la apelación descortés, mostrar al político como un inepto, un irresponsable o un corrupto. Así, estamos realmente ante un ataque a sus cualidades personales, a su imagen positiva, en definitiva. En el anterior ejemplo, observamos que el periodista está interesado en que el jefe de la oposición, que suele hacerse eco de lo dicho sobre él en los medios, se comporte de una manera más clara con respecto a ciertos temas. Sin embargo, y por encima de esta exigencia, FJL desea transmitir a su audiencia la imagen dubitativa y poco fiable del político. Como vemos, los conceptos de imagen negativa y positiva distan mucho de comportarse como casillas aisladas, ya que estos pueden, o suelen confluír en la mayoría de las actividades de (des)cortesía. El jefe de una empresa puede pedir cortésmente a su empleado que realice cierto proyecto:

261. Mira/ no sé cómo andas de tiempo// ¿te podrías ocupar del asunto X?

En este caso, además de darle opciones al empleado, que le permiten, desde un punto de vista lingüístico, decidir sobre lo que se le ha ordenado, este también ve compensada su imagen positiva como trabajador respetado y bien considerado en la empresa. Si, por el contrario, el jefe lo pide de manera despótica

262. Pues hoy no te vas a casa hasta que no termines el asunto X/ eso es lo que hay<sup>179</sup>

el empleado, además de ver gravemente impedida su libertad, se ve dañado en cuanto a su estatus o imagen de rol como trabajador.

Dentro de los enunciados apelativos, nos centraremos en el análisis de los exhortativos, dado que apenas encontramos en nuestros textos un uso continuado de la modalidad interrogativa. Estos enunciados se caracterizan por buscar una respuesta lingüística en el receptor, a diferencia de los exhortativos, que pretenden una respuesta no lingüística. Debido a la función social de control de los poderes políticos que posee la prensa, es normal que el

---

<sup>179</sup> (261) y (262) son ejemplos de propia creación.

periodista, desarrollando este rol, censure o conmine a sus dirigentes a que actúen de la manera que este crea oportuna. Como representantes del pueblo, los periodistas están autorizados a recriminar ciertas actuaciones de los políticos, así como a exigirles ciertas líneas de actuación. En la medida en que estas exigencias hacen referencia a comportamientos éticos generales, la validez del mandato será mayor. Si la petición, en cambio, contiene directrices más relacionadas con la ideología particular, entonces la fuerza del mandato aparece reducida, y solo será pertinente si se realiza hacia un político o grupo con el que se posee cierta afinidad en este sentido. Así, un periodista puede permitirse sin ningún reparo exigir al político que, por ejemplo, cumpla la ley o defienda a los débiles, pero la validez de la exigencia disminuye si se le conmina a que realice actos más ligados a una determinada ideología, como que asigne más poder a las autonomías o al estado. En definitiva, este carácter prescriptivo de este tipo de discurso posibilita la aparición de enunciados exhortativos. Sin embargo, es poco rentable que el hablante emita el otro tipo de enunciado apelativo, la interrogación. El periodista no suele preguntar nada al político, ya que sabe que no será respondido, a no ser que se trate de un tema muy concreto, que este desea que sea aclarado:

263. ¿Que lo que digan los jueces eso será↑?/ ¿los jueces↑?/ ¿qué jueces↓?/ ¿Del Olmo o Gómez Bermúdez/ Gallardoncín↑?/ Vamos a ver Alcalde Zanja↓/ explícame qué es lo que digan los jueces↓ (Cope, 11-04-07)

264. ¿Esto cómo lo vas a explicar/ Zarzalejos↑?/// lo que explotó en los trenes no fue Goma Dos Eco↓ (Cope, 16-04-07)

Así, la utilización de la modalidad interrogativa es poco rentable en este tipo de textos. Esto no significa que no encontremos en el discurso de FJL enunciados con estructura y entonación interrogativas. Como sabemos, la modalidad tiene que ver con enunciados que expresan la actitud del hablante ante lo dicho, y no con estructuras o expresiones concretas. Por tanto, la mayoría de las construcciones interrogativas que encontramos aquí corresponde, o bien a enunciados de modalidad expresiva, como las interrogaciones retóricas que estudiamos en (5.2.1.6.3.),<sup>180</sup> o son realmente exhortaciones, como las que analizaremos en

---

<sup>180</sup> Hablamos de interrogaciones como la del ejemplo (141): *¿pero cómo te atreves/ encima/ a hacerte la foto con el difunto?* (Es Radio, 15-03-10), que equivaldrían a enunciado expresivo de indignación del tipo: *¡es indignante que encima te hagas la foto con el difunto!*

(5.2.3.2.). Pero antes, dedicaremos estudiaremos las fórmulas de tratamiento que utiliza FJL para dirigirse a esta persona de la que habla, y a la que se dirige de manera directa.

### 5.2.3.1. Fórmulas de tratamiento

Con respecto a las fórmulas de tratamiento, FJL utiliza normalmente la variante informal de la segunda persona (*tú*).

265. Tú aplica la ley y cállate↓ (Es Radio, 03-11-10)

Como sabemos, el tuteo se está extendiendo a muchos contextos en español peninsular, debido a la tendencia a la solidaridad e igualdad de trato entre los participantes. Esta tendencia tiene como objetivo borrar las fronteras inter-sociales (J. Medina López, 1990; M. Cisneros Estupiñán, 2005; A. Álvarez Muro y M. Carrera de la Red, 2006; J. Son Jang, 2010). Sin embargo, lo normativo en un tipo de texto periodístico de opinión y tema serio, tanto en su versión gráfica como en radio, es utilizar el *usted* si el periodista se dirige directamente al político. A pesar de la existencia de cierta autoridad que otorga cierta labor de control política al periodista, la relación entre este y el aludido es de (*-familiaridad*) y (*+lejanía*), por lo que lo esperado y habitual es utilizar la expresión de formalidad y distancia (*usted*). La fórmula de confianza (*tú*) es, por tanto, la forma no adecuada para dirigirse al político o personaje público en este tipo de texto periodístico de tema serio. Su aparición supone que el hablante sobrepase ciertos límites, y este exceso de familiaridad puede provocar cierto efecto de descortesía en la persona aludida.

FJL utiliza las expresiones de formalidad en pocas ocasiones, y, cuando lo hace, suele ser con la intención de marcar las distancias con el político. No se busca tanto el respeto, como la lejanía y la poca implicación afectiva con este:

197. Esta historia/ ese discurso de Zapatero de la/ U NI DAD↓/// oiga↓/ yo no tengo ninguna unidad con usted↓/ ni con Batasuna/ ni con el PNV↓/// usted únase a Otegi↓/ únase a Urcullu/ y únase a de Juana Chaos↓/// pero conmigo no se une↓ (Es Radio, 13-01-11)

El *usted* no se utiliza como fórmula de respeto, si no, no iría acompañando a insultos. Se trata, por tanto, de una estrategia de distanciamiento:

168. [...] usted tiene una cara que se la pisa↓ (Cope, 10-04-07)

Es más, en ocasiones utiliza la forma *usted* para referirse a cierto político por el que siente especial antipatía, y sobre el que suele verter, normalmente, feroces ataques y faltas a su imagen. A pesar de que este suele dirigirse a esta persona a través de la forma *tú*, más directa y desafiante, el hablante puede optar puntualmente por el *usted*:

266. A ver↑/ Señor alcalde de Madrid↑<sup>181</sup>/// ¿no debería usted interesarse↑?/// aquí/ en Madrid ha matado la ETA↓ [...] ¿No debería usted personarse/ alcalde↑? (Cope, 11-04-07)

Observamos aquí un trato excesivamente formal hacia Gallardón, si lo comparamos con otros muchos ejemplos en los que se le insulta e increpa de manera directa.<sup>182</sup> Lo que busca el presentador no es tanto el respeto sino el distanciamiento con el político:

258. Vamos a ver alcalde zanja↓/ explícame qué es lo que digan los jueces↓ (Cope, 11-04-07)

No nos queda más remedio que interpretar el ejemplo (266) irónicamente. El hablante utiliza las fórmulas de tratamiento, por tanto, de una manera “insincera”. Se desdobra en otro enunciador excesivamente respetuoso, y se burla del trato formal que todo dirigente merece, dando a entender que estas fórmulas son excesivas y exageradas si van dirigidas a esa clase de políticos. El *usted*, por tanto, es utilizado por FJL para, por un lado, subrayar el distanciamiento con el político, y, por otro, para burlarse de este tipo de fórmulas usadas habitualmente para expresar respeto.

---

<sup>181</sup> La entonación y las pausas facilitan la interpretación irónica de esta fórmula de tratamiento.

<sup>182</sup> Cabe destacar, además, que los ejemplos pertenecen al mismo día, tan solo con unos minutos de diferencia entre ellos. Esto apoya la idea de que las diferencias en las fórmulas de tratamiento no se debieron a algún cambio con respecto a la consideración del periodista hacia el político, sino a una estrategia concreta de descalificación con respecto a este.

### **5.2.3.2. La expresión del mandato. Los enunciados exhortativos**

Los enunciados exhortativos han tenido un trato preferente dentro de los estudios de la (des)cortesía. Estos se encuentran dentro de los actos que encierran una amenaza inherente a la imagen negativa de interlocutor, puesto que el hablante tiene la intención de influir en el comportamiento o voluntad del oyente, de forma que este actúe según lo regido en el contenido del enunciado.

Igualmente, estos enunciados han sido tradicionalmente estudiados en relación a la forma más o menos directa en la que se presentan. Los actos de habla indirectos (AHI) hacen referencia a una serie de enunciados a través de los que el hablante da a entender lo que dice y algo más. Los estudios sobre el concepto de direccionalidad surgen después de que autores como P. Grice (1975, 1989) o J. Searle (1975, 1979) se preocupasen por la distinción entre la forma lingüística de los enunciados y la función que desempeñan.

Los AHI, tomando como base la teoría de J. Searle, se han definido tradicionalmente a partir de tres propiedades: la posibilidad de ser anulados, la sistemática de las formas en que aparecen, y, por último, su carácter convencional.

Con respecto a la primera de ellas, J Searle opina que, en el momento en que alguien recibe un acto de este tipo, la respuesta puede ir dirigida, o bien al acto no literal, que sería el primario, o bien al acto literal, que sería el secundario. Es decir, si un compañero de trabajo le pide a otro que abra la ventana de la oficina debido al calor, este puede llevar a cabo esta petición a través de un AHI:

267. ¿Por qué no abres la ventana?

Ante este enunciado, el oyente puede reaccionar a la petición (acto no literal/primario), y disponerse a realizar el acto. O bien, interpretarlo de manera literal, y responder a la pregunta (acto literal/ secundario) mediante un enunciado del tipo:

268. Porque, la verdad, yo no tengo ahora mismo calor aquí<sup>183</sup>

---

<sup>183</sup> Los ejemplos (267) y (268) son de creación propia.

Mediante este último ejemplo, intentamos ilustrar la posibilidad a la que se refería Searle cuando decía que un AHI puede ser anulado.

Con respecto al carácter sistemático de las formas a través de las que podemos manifestar un AHI, podemos afirmar que un hablante puede utilizar una serie de construcciones para pedir algo sin la necesidad de usar un imperativo, pero no cualquier expresión. Por ejemplo, la petición de (267) podría expresarse a través de una pregunta en la que se ponga de manifiesto que el oyente puede o quiere realizar el acto deseado: *¿puedes/quieres abrir la ventana?*; o incluso a través de un acto declarativo en el que se exprese el motivo por el que se quiere que el otro lleve a cabo esa acción: *¡hace un calor aquí!*. Sin embargo, enunciados del tipo, *¡bonitas ventanas!*, o *¿sabes de qué están hechas estas ventanas?*, no podrían ser utilizados como formas indirectas de una petición.<sup>184</sup>

La última de las propiedades que se le suele asignar a un AHI es su carácter convencional. Este carácter consensuado posibilita que muchos de estos actos puedan ser traducidos palabra por palabra a otros idiomas sin perder su fuerza elocutiva: *¿Por qué no abres la ventana?/ Why don't you open the window?*

En nuestra opinión, la teoría de J. Searle tiene varios puntos débiles. Hablar de que existen AHIs presupone la idea de que también existen actos de habla directos, que serían los no marcados y especializados en la lengua para expresar determinados contenidos. Es cierto que una estructura como la interrogativa suele utilizarse para realizar preguntas, pero los datos reales nos dicen, por un lado, que un hablante utiliza un amplio abanico de expresiones que buscan una reacción lingüística en el oyente, y, por otro, que las construcciones interrogativas pueden aparecer con otros muchos valores distintos al de preguntar por algo. Así, observamos que, entre forma y función no existe una correspondencia biunívoca, sino que un elemento puede utilizarse con diferentes finalidades discursivas que serán interpretadas de una u otra manera dependiendo del contexto en el que este sea utilizado. En esta línea se expresa S. Levinson (1983), que rechaza el concepto de AHI, argumentando que los actos de habla poseen una serie de funciones que producirán ciertos efectos según un contexto determinado.

G. Mulder (1993) es consciente de la poca consistencia de los estudios tradicionales sobre los AHIs, a pesar de lo cual justifica la existencia de estos. Para ello argumenta que la característica esencial de estas expresiones es “la realización simultánea de dos actos de habla, un acto primario y otro secundario: se realiza un acto ilocutivo, que queda suprimido, a

---

<sup>184</sup> Las condiciones que deben cumplirse para que un AHI pueda ser realizado se denominan *condiciones de felicidad* (J. Austin, 1962; J. Searle, 1969).

través de la realización de otro acto ilocutivo” (199). De esta definición se desprende la idea de que un AHI no es la versión indirecta de otro directo, sino aquel en el que encontramos dos actos en uno. Será directo, por tanto, si a través de él tan solo se lleva a cabo un único acto.

Otras de las aportaciones de este autor es la especial importancia que asigna al contexto a la hora de interpretar ciertos enunciados como indirectos. Un imperativo, comenta, puede ser considerado un acto de habla directo, es decir, que contiene una únicailocución, como es la de ordenar. Sin embargo, en determinados contextos puede interpretarse con un valor expresivo:

269. Haz lo que quieras, destroza el corazón de tu madre<sup>185</sup>

De la misma forma, enunciados convencionalmente evaluados como indirectos, según la situación en la que se emiten pueden ser enunciados con una intencionalidad literal. Para ello, aporta este autor el archiutilizado ejemplo de *¿podrías pasarme la sal?*, que suele interpretarse como petición indirecta. Este puede ser emitido como una pregunta (acto directo) si es utilizado por un traumatólogo que desea enterarse de la lesión del brazo de su paciente.

En esta misma línea, H. Haverkate (1994) piensa que la distinción entre actos de habla directos e indirectos debe basarse en criterios tanto lingüísticos como pragmáticos, por lo que debemos tener en cuenta el contenido proposicional del enunciado, por un lado, y factores como la interpretación y el contexto, por otro. Este autor divide los actos exhortativos en impositivos y no impositivos. En los primeros el hablante pretende que se realice el acto exhortado en beneficio propio. Hablamos, por ejemplo, del ruego, la súplica o el mandato. En las exhortaciones no impositivas el emisor intenta que el oyente realice el acto en beneficio de sí mismo.

H. Haverkate rompe con la idea que relaciona el concepto de direccionalidad con el de descortesía, y, *por ende*, la indireccionalidad con la expresión de la cortesía. Este autor estudia los actos exhortativos impositivos, y realiza una clasificación de estrategias directas e indirectas a través de la que estos pueden manifestarse. Afirma H. Haverkate, finalmente, que, a la hora de expresar una exhortación, el hablante puede expresar cortesía mediante actos indirectos, pero también mediante los directos. Así, en su clasificación de estrategias, tanto las directas como las indirectas tienen la función de anular posibles agresiones a la imagen

---

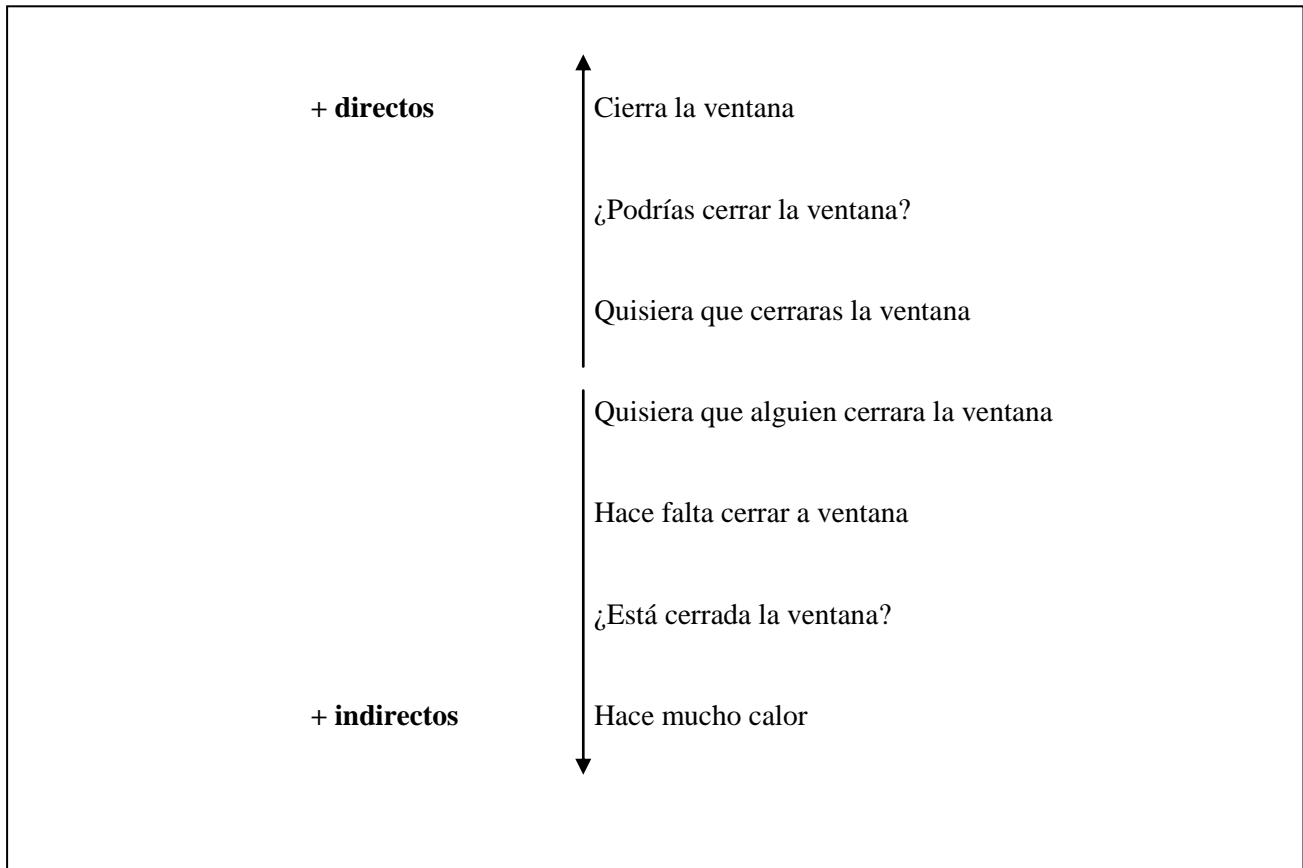
<sup>185</sup> Ejemplo tomado de G. Mulder (193: 199).

negativa de la persona objeto del acto exhortativo. El imperativo, forma prototípica de peticiones directas, puede usarse para expresar cortesía, si, por ejemplo, un hablante invita a otro con el que tiene confianza a que se acerque, ya que desea contarle un secreto: *ven, ven, que no se entere nadie*.

En nuestros textos encontramos exhortaciones impositivas, normalmente mandatos. Estos suponen claras agresiones o faltas a la imagen negativa, ya que se intenta restringir la libertad de acción con respecto a las personas a las que se ordena o manda. Estas exhortaciones, a su vez, se manifiestan a través de actos de habla directos o indirectos, pero, tal y como afirma H. Haverkate (1994), no encontramos que estos últimos supongan un intento por parte del hablante de atenuar el valor impositivo del acto. Podemos concluir, por tanto, que la correspondencia entre dirección-descortesía e indirección-cortesía supone, según el análisis de los datos contrastados, una tesis errónea.

H. Haverkate (1994) concibe la relación ente acto directo e indirecto no como dos caras totalmente opuestas, sino partiendo de un concepto escalar. En cuanto a los actos exhortativos, encontraríamos dos polos: en un extremo estarían los enunciados que contienen una especificación completa del acto que debe realizar el oyente, así como una referencia directa a la persona que debe ejecutarlos. En el otro extremo, encontraríamos enunciados que no contienen ninguna especificación de ese acto ni de la persona que debe llevarlos a cabo.





**Gráfico 36.** Continuum de los actos de habla exhortativos (in)directos, según H. Haverkate (1994).

Los primeros tres enunciados constituyen actos directos para expresar exhortación, ya que poseen una referencia explícita a la segunda persona, así como una especificación completa del acto que debe ser realizado. En los tres siguientes se especifica dicho acto, pero no la persona que los debe realizar. El acto más indirecto de todos suele realizarse a través de enunciados declarativos que no aluden al acto ni a la segunda persona, como sucede en el último que aparece en el gráfico. Aunque el factor contextual es importante en todos los casos, en estos últimos enunciados el contexto cobra especial relevancia a la hora de interpretar correctamente dicho acto de habla.

#### 5.2.3.2.1. Exhortaciones directas

Entre las exhortaciones directas, los **imperativos** suelen ocupar un lugar preeminente, ya que este modo verbal explicita de una manera muy marcada la referencia a la segunda persona, así como al acto que esta debe realizar:

265. Tú aplica la ley y cállate↓ (Es Radio, 03-11-10)

Además del imperativo, la aparición del pronombre de segunda persona supone una actitud más desafiante hacia el político, en este caso Zapatero. A esto debemos sumar el contenido de los actos: el primer imperativo supone una clara agresión a la imagen, ya que, al ordenar realizar una acción obvia como aplicar la ley, se da a entender que es porque esto no se está dando, es decir, el presidente no está cumpliendo con su obligación. Tras ello, el segundo imperativo encierra un acto convencionalmente descortés, como es mandar a callar a alguien. El hablante se muestra, por tanto, en una posición jerárquicamente superior al político, por lo que se permite, en representación de sus oyentes, conminar de manera autoritaria al presidente del Gobierno.<sup>186</sup>

En el siguiente ejemplo también se utiliza una expresión con un alto grado de codificación descortés:

270. Tú no te pases de listo↓/ que chico↓/ tus hechos/ te preceden↓ (Es Radio, 12-01-11)

La orden negativa supone una restricción y una censura, en la que se exige al ministro del Interior que se muestre más humilde y discreto. Observamos cómo, además del ataque a la imagen negativa, el enunciado supone una clara agresión a las cualidades del político (imagen positiva), ya que este parece como alguien soberbio y fanfarrón. Del mismo modo, el fragmento aparece impregnado de cierta coloquialidad que resulta excesiva con respecto a este tipo de textos de crítica política. A la expresión *no te pases de listo* se une el vocativo de confianza (*chico*), propio de situaciones de mayor familiaridad. Este acercamiento excesivo hacia el político del que se habla contribuye a minusvalorar la imagen pública de este.

---

<sup>186</sup> La coordinación de los dos actos de habla a través de la conjunción copulativa se encuadra dentro de la estrategia denominada *descortesía acumulativa* (Cf. 5.2.5.1.)

En el siguiente ejemplo se aprecia de una manera más clara, junto con la exigencia, la intención del hablante de atacar a la imagen positiva del político, en este caso de un dirigente del Partido Popular:

63. Haz el favor de trabajar más de diez minutos al día↑/ prepararte las declaraciones↑/ mira que insisto en lo de/ es que siempre es lo mismo↑// es que son más vagos/ que qué sé yo↑ (Es Radio, 10-11-10)

El contenido de este fragmento posee una enorme carga descortés, ya que se exige al político que realice unas actividades que son las mínimas que se le presuponen como político:

- *trabajar más de diez minutos al día.*
- *prepararte las declaraciones.*

La primera de ellas aparece, además, modificada por un complemento temporal (*más de diez minutos al día*) que actúa como modificador realizante (MR), ya que intensifica el valor descortés del segmento anterior, dañando aún más la imagen del político, y sugiriendo que este solo dedica a sus obligaciones este corto espacio de tiempo.

En el siguiente enunciado encontramos dos expresiones de mandato, una a través de un imperativo y otra explicitada en una estructura interrogativa. Ambas construcciones suponen exhortaciones directas, ya que en las dos se explicita la segunda persona y el acto que debe ser cometido (H. Haverkate, 1994). La segunda orden encierra una amenaza mayor a la imagen porque, tal y como pasaba en el ejemplo (265), se exige al dirigente que se calle:

271. Míranos a los ojos/ Moltó↓/ míranos a los ojos↓// primero↓/ ¿por qué no te callas↑?<sup>187</sup>  
(Cope, 30-03-09)

En el siguiente enunciado, junto con la exigencia, se daña la imagen de Zapatero, que aparece como alguien dubitativo, poco claro:

272. ¿Quieres aclararte/ ZP↑? (Es Radio, 03-11-10)

<sup>187</sup> Encontramos aquí cierto eco a un enunciado que el rey de España dirigió al presidente de Venezuela, Hugo Chávez. Estas palabras han adquirido una gran popularidad, y han supuesto un fenómeno de cierta trascendencia, debido a su recurrente presencia en la calle y, sobre todo, en las redes sociales. La polifonía de esta expresión la dota de mayor fuerza, así como permite que la persona que la utiliza proyecte cierta imagen de autoridad y firmeza, la misma que manifestó el monarca ante el dirigente venezolano.

Otras de las formas utilizadas por FJL para crear exhortaciones consiste en la construcción **que + verbo en subjuntivo**. La *Nueva gramática de la lengua española* de la RAE (2010) indica que este tipo de estructuras “se usan para dar órdenes o transmitir instrucciones” (803). En el siguiente caso, la expresión aparece geminada, lo que aporta mayor fuerza al mandato o exigencia:

52. Que se aclaren/ señores del PP↓/ que se aclaren↓ (Cope, 11-04-07)

FJL también crea exhortaciones directas a través de ciertas construcciones con **gerundio**. La *Nueva gramática* de la RAE (2010: 802) cita ciertos usos del gerundio, como en la expresión *ya estás corriendo*, que sirven para construir mandatos dentro del registro coloquial:

186. El uno de marzo te quiero ver recuperando Galicia↓/ cómodamente↓/ mejorando los resultados en el País Vasco↓/ y quedando en posición de arrasar en las europeas↓ (Cope, 12-01-09)

Este tipo de expresiones contienen un alto cariz impositivo, dado que dan por hecho que esta acción debe cumplirse irremediabilmente. Así, estas construcciones encierran, realmente, exigencias con cierto valor amenazante, que ponen de manifiesto cierta actitud inquisitorial, fruto de la posición de autoridad en la que se sitúa el hablante con respecto al político, en este caso Mariano Rajoy.

A veces **se omite el verbo** de la acción que el hablante exige al oyente:

187. MARIANO A CASA↓ (Cope, 12-01-09)

A pesar de que no se explicita la acción -uno de los requisitos a los que aludía H. Haverkate (1994) para considerar una exhortación como directa-, pensamos que este tipo de elisiones surge debido a que el oyente puede recuperar con extrema facilidad el verbo implícito (*vete*). Así, consideramos estas construcciones exhortaciones directas, ya que la orden es obvia, y la referencia a la persona a la que se dirige, explícita.

## 5.2.3.2.2. Exhortaciones indirectas

Una de las formas indirectas de presentar una exhortación consiste en la utilización de **oraciones interrogativas** cuyo objeto ilocutivo es verificar si la situación deseada se va a dar realmente:

273. Bermejo/ Cándido/ ¿qué vais a hacer↑?/ ese tío cobraba del PCTV↓/ el etarra↓// ¿vais a ilegalizar al PCTV↑/o no↑? (Cope, 10-04-07)

Sobre este tipo de estrategias, H. Haverkate (1994) afirma que el hablante “lo que hace en realidad es formular una pregunta objetiva sobre una posible situación, evitando acercarse al territorio intencional del interlocutor” (175), de ahí que las considere indirectas. En estos casos, el hablante da por supuesto que la acción exigida no se cumplirá, por lo que, comenta H. Haverkate, parece burlarse de la condición de sinceridad de los actos interrogativos, ya que, por razones estratégicas, realizan la pregunta con falsas pretensiones.

Estas construcciones que H. Haverkate utiliza para ilustrar exhortaciones corteses, con respecto a nuestro corpus suponen actos de habla claramente amenazantes. Estas interrogaciones se utilizan para exigir que el político realice una determinada acción. El periodista sabe que el dirigente no la llevará a cabo, por lo que aparece implícita la crítica al mismo, ya que este no va a actuar conforme a las directrices ideológicas de la cadena. El mandato se vuelve, así, más agresivo y directo, y se utiliza como un medio para arrinconar al político. Tanto es así, que estas expresiones adquieren cierto sentido amenazante:

46. ¿Qué vas a hacer/ Cándido↑?// y tú/ Rubalcaba ¿qué vas a hacer↑? [...] ¿Y qué estás haciendo/ Rubalcaba/ para desactivar estos grupos criminales/ que predicán el crimen↑?// ¿qué estás haciendo, Rubalcaba↑?//nada/ ¿no↑?// porque tú todo lo que sea contra la derecha→ [...] Rubalcaba/ ¿qué estás haciendo para acabar con esta campaña de matar a la gente por el hecho de ser de derechas↑/ a por ellos como en Paracuellos/ y volar la cruz del Valle de los Caídos↑?// ¿qué estás haciendo↑?// aparte de facilitarlo y de promoverlo/ y de molestar a la gente que quiere ir a misa// ¿qué haces↑? (Es Radio, 22-11-10)

El periodista sabe a ciencia cierta que el político no va a reaccionar ante sus exigencias, por lo que incluso puede responderse a sí mismo de manera negativa, faltando ya de manera manifiesta, tal y como afirmaba H. Haverkate, al principio de sinceridad de la interrogación.

Este tipo de estrategias, además de originar actos claramente impositivos, suponen un grave daño a la imagen positiva del político, ya que este aparece como alguien pasivo, estático, que no puede o no quiere hacer nada ante injusticias evidentes.

Otras de las fórmulas indirectas utilizadas por el hablante consiste en la **desfocalización de la persona** objeto de la orden a través de la estructura impersonal:

274. Aquí hay que sentar en el banquillo a los de las tramas negras↓ (Cope, 09-04-07)

275. Hay que sentar en el banquillo a los que han falsificado pruebas↓/ a los que han mentido a la justicia↓/ a los que han engañado a la opinión pública↓/ y a los que están ocultando a los verdaderos autores de la masacre del 11 M↓/// hay que sentarles en el banquillo↓ (3´´) se ponga el ABC como se ponga↓ (Cope, 09-04-07)

A través de la construcción obligativa *hay que*, el hablante expresa su deseo de que esta serie de actuaciones se realicen, lo que realmente es una exigencia dirigida a los jueces y fiscales encargados de actuar en el caso de los atentados del once de marzo.

Otra estrategia indirecta consiste en poner de manifiesto una situación que requiere una acción. Así, solo se explicita, mediante un **enunciado declarativo**, la situación que considera manifiestamente injusta, para apelar implícitamente a quien corresponda, y conminarle a realizar las acciones oportunas. Nos encontramos, por tanto, ante una exhortación solapada:

276. Las 7.25 y Cándido aún no ha dimitido (Cope, 12-04-07)

277. Las 8.45 y los Albertos aún no están en prisión (Cope, 10-01-07)

El periodista repite a distintas horas del programa, a la manera de los antiguos serenos, este tipo de enunciados que ponen de manifiesto lo que para él son situaciones injustas que requieren ser enmendadas de manera urgente.

### 5.2.3.3. El vocativo

La *Nueva gramática de la lengua española* de la RAE (2010) define las *expresiones vocativas* como pronombres personales o grupos nominales que se usan para dirigirse a alguien, generalmente solicitando una respuesta o reacción. Ya hemos visto que una de las estrategias más comunes que encontramos en el discurso de FJL consiste en dirigirse directamente al político a través de la aparición explícita de la fórmula de tratamiento pronominal (*tú/ usted*). Esta no suele aparecer en posición periférica (vocativo), sino insertada, normalmente funcionando como sujeto, dentro de la estructura oracional. Como expresiones vocativas, el hablante suele utilizar con mayor frecuencia sustantivos o grupos nominales, que, además de servirles para imprecisar de manera directa al político, le ofrecen, debido a su mayor carga semántica, un abanico más amplio de significados para dañar la imagen de dicho personaje público. Dividiremos estas expresiones siguiendo unos parámetros de formalidad y confianza que resulten más o menos adecuados al tipo de texto en el que nos encontramos.

#### 5.2.3.3.1. Formas neutras

En ocasiones el hablante se dirige directamente al político a través de formas vocativas neutras con respecto a la cortesía. Lo adecuado a este tipo de texto es dirigirse a la persona, con la que se mantiene una relación de [+lejanía], [-familiaridad], a través de su nombre, anteponiendo la expresión formal *don/ doña*:

41. Y usted/ D. Mariano/ decídase↓/ para variar/ decídase↓ [...] Aclárese/ D. Mariano↓ (Cope, 11-04-07)

A pesar de que el enunciado puede contener un leve ataque a la imagen, se mantiene la corrección en lo que a las fórmulas de tratamientos se refiere. Esta corrección sucede, sobre todo, si las personas a las que se dirige son miembros del PP, a los que, y con excepciones, suele dirigirse ataques más atenuados. Es normal que, si se dirige a varios miembros de un grupo, se utilice la variante formal y de distancia *señores*:

52. Que se aclaren/ señores del PP↓/ que se aclaren↓ (Cope, 11-04-07)

A pesar de que estas expresiones suponen fórmulas de tratamiento de respeto, se neutralizan en este tipo de discurso serio de crítica política. Estas formas son la no marcadas superestructuralmente, las adecuadas al género de comentario periodístico de tema político.

Aunque con un nivel de formalidad menor, también es adecuado dirigirse al político a través de su apellido:

278. ¿Dónde están los terroristas suicidas↓/ Zapatero↑? (Cope, 23-04-07)

259. Vamos a ver↓/ Rubalcaba↓/ si no quieres dar clase de primero de derecho↑/ entre otras cosas porque no has dado/ ni sabes de qué trata primero de Derecho↓(Es Radio, 01-11-10)

En estos casos, por tanto, creemos que el efecto descortés surge, no de la expresión vocativa, sino del enunciado que le sigue, y que va destinado a dañar la imagen de dicho personaje público.

#### 5.2.3.3.2. Formas de confianza

Dirigirse directamente al político a través de su nombre de pila, si bien no es una estrategia especialmente hiriente, sí supone una fórmula de tratamiento excesivamente cercana con respecto a este tipo de textos:

279. ¿Sabes algo/ Mariano↑?/// ¿hay algo que sepas de la lengua de España↑/ del español↑? (Es Radio, 3-11-10)

En ocasiones, esto puede provocar que el hablante que se incorpore por primera vez al programa no reconozca a quién se está dirigiendo el periodista. En el siguiente ejemplo, le habla directamente a Esteban González Pons, vicesecretario general de Comunicación del PP:

154. Vamos a ver Esteban→/ ¡anda↓!/ coge un papelito↓/ coge un papel/ apunta↓[...] (Es Radio, 10-11-10)



O como en el siguiente caso, donde se dirige, a través de los vocativos, al ministro de Justicia, Mariano Fernández Bermejo, y al fiscal del Estado, Cándido Conde-Pumpido:

273. Bermejo/ Cándido/ ¿qué vais a hacer↑?/ (Cope, 10-04-07)

Del mismo modo, no resulta adecuado denominar a la persona a la que se dirige por las siglas de su apellido, aunque esto se haya utilizado como una estrategia electoralista por parte del propio político:

272. ¿Quieres aclararte/ ZP↑? (Es Radio, 03-11-10)

Aunque este apodo se ha extendido y, por tanto, neutralizado en sus valores, en el momento en que FJL lo utiliza para dirigirse al presidente del Gobierno, observamos cierta intención de mofa o burla.

Sí resulta claramente descortés utilizar en función de vocativo expresiones hipocorísticas. Un hipocorístico surge de la modificación del nombre original con intención afectuosa. Entre periodista y político hay una relación de no familiaridad, por lo que el uso de estas fórmulas de confianza supone una clara burla hacia la persona a la que se critica. Una de las formas de crear estos nombres hipocorísticos es mediante la asignación de sufijos diminutivos al nombre propio original. En el siguiente caso, FJL se dirige al presidente del Consejo Superior del Poder Judicial, Carlos Dívar:

71. ¿Poder judicial independiente↑?/// tan independiente como tú de la virtud/ Carlitos↓ (Es Radio, 04-11-10)

Otros diminutivos poseen una interpretación claramente risible y burlesca:

263. ¿Que lo que digan los jueces eso será↑?/ ¿los jueces↑?/ ¿qué jueces↓?/ ¿Del Olmo o Gómez Bermúdez/ Gallardoncín↑?/ Vamos a ver Alcalde Zanja↓/ explícame qué es lo que digan los jueces↓ (Cope, 11-04-07)

Otro de los procedimientos para originar estas formas “pseudoafectivas” consiste en acortar el nombre y añadirle una /-i/ final (*Toni, Susi*). Aquí el hablante se dirige a Alfredo Pérez Rubalcaba:

229. ¿Qué quieres/ Fredi↑?/ ¡cómo sabemos que mientes↓! (Es Radio, 02-11-10)

También es fruto de la intención paródica del periodista dirigirse a ciertos políticos nacionalistas a través de su nombre en el idioma propio de su comunidad:

280. A ti pobre me da que ya no te pillan↓/ ¿eh↑/ José Antonio↑?/ ¿o sea Josep Antoni↑? (Es Radio, 27-01-11)

Este procedimiento no supone una estrategia descortés de por sí. En numerosos medios de comunicación se citan los nombres de ciertos personajes públicos en su idioma original. Sin embargo, en el programa de FJL se sigue la directriz de españolizar todos los nombres, incluso aquellos cuya versión en el idioma autonómico se ha fosilizado en español. Así, en (*Es*) *La Mañana de Federico*, para hablar del Gobierno de Cataluña se utiliza el término *Generalidad*, no *Generalitat*, y se dice la *Junta de Galicia*, no la *Xunta de Galicia*. Lo mismo sucede con los topónimos y antropónimos, de modo que en el programa encontramos *La Coruña*, no *A Coruña*, o *José Luis Carod Rovira*, y no *Josep-Lluís Carod-Rovira*. Por ello, pensamos que la utilización del nombre propio en catalán, como sucede en el ejemplo (280), donde, además, encontramos una pronunciación fonemática excesivamente marcada<sup>188</sup>, es fruto de cierta estrategia destinada a burlarse del político, así como de atacar a su imagen grupal como nacionalista catalán. A esto debemos señalar la aparición anterior del nombre en castellano. Ya estudiamos en (5.2.1.3.) el valor especialmente descortés que suele poseer el segundo elemento de las reformulaciones que realiza FJL.

#### 5.2.3.3.3. Formas de respeto con sentido irónico

El hablante suele utilizar un vocativo formal de manera “falsa”, ya que no se intenta con su uso mostrar respeto o consideración hacia el político, ni siquiera suavizar la posible

---

<sup>188</sup> Aparece especialmente enfatizada la pronunciación de la /s/ sonora, rasgo que, en este segmento, resalta el mayor grado de diferencia con respecto al castellano.

crítica, sino, a través del contraste, subrayar la burla y el ataque a la imagen. En ocasiones suele funcionar como vocativo la expresión *señor/ señora*. En el siguiente caso, a la fórmula *señor* le sigue el cargo del político:

266. A ver↑/ Señor alcalde de Madrid↑<sup>189</sup>/// ¿no debería usted interesarse↑?/// aquí/ en Madrid ha matado la ETA↓ [...] ¿No debería usted personarse/ alcalde↑? (Cope, 11-04-07)

La interpretación irónica es clara en los casos en los que la fórmula de respeto aparece acompañada de un insulto o un enunciado especialmente dañino:

74. Señores de Vocento [...] estáis siempre con el poder↓ (Cope, 11-04-07)

185. ¡QUÉ CARA TIENE USTED/ SEÑORA↓!/ ¡QUÉ CARA↓! (Es Radio, 13-01-11)

Otras veces la utilización “insincera” por parte del hablante se aprecia gracias a especial pronunciación de la fórmula de respeto. En este caso, el periodista pronuncia de forma silabeada el vocativo con el que se dirige a María Emilia Casas, presidenta del Tribunal Constitucional:

198. ¿Por qué no defendió/ que el Gobierno aplique/ la sentencia del Supremo→/ QUE APLICA precisamente la resolución de su tribunal↑/ do ña Ma r í a e mi lí a ↑?/ (Es radio, 13-01-11)

#### 5.2.3.3.4. Insultos en posición vocativa

Por último, el hablante puede dirigirse directamente a alguien a través de un insulto. Ya vimos que el insulto supone la estrategia de descortesía más explícita del discurso de FJL, en la línea de la *descortesía genuina* a la que se refiere J. Culpeper (1996). Pero si el descalificativo ocupa la posición de vocativo, este se vuelve especialmente descarnado. El periodista se dirige directamente a estos personajes, y les lanza el insulto a la cara, aludiéndoles de manera agresiva y desafiante. La función expresiva cobra aquí especial relevancia, puesto que el hablante se desquita asignando sin atajos estos golpes directamente

<sup>189</sup> La entonación y las pausas facilitan la interpretación irónica de esta fórmula de tratamiento.

al rostro de los políticos a los que se dirige. Este comportamiento está justificado, al menos para sus oyentes, debido a los sentimientos de furia e impotencia que determinados actos llevados por la clase política le suscitan, en especial por aquellos que pretenden ir en contra de la ideología que se dicta desde el programa. El periodista, finalmente, aparece ante su audiencia como un justiciero implacable, una víctima más de las maldades e injusticias de nuestros dirigentes, pero que ya no resiste más, por lo que no le queda más que arrojar improperios cargados de cólera y desesperación, sentimientos que comparte con sus oyentes. Uno de los comportamientos que provocan este insulto airado del hablante es la mentira:

79. Mentís/ bellacos/ mentís↓ (Cope, 16-04-07)

El término *bellaco*, según el *DRAE*<sup>190</sup>, es sinónimo de astuto, sagaz, malo o pícaro. Su carácter literario o libresco, así como el hecho de aparecer encuadrado entre los dos verbos acusatorios, impregnan al fragmento de cierta solemnidad que contribuye a reforzar su carga peyorativa.

El periodista puede encadenar, en posición vocativa, un cúmulo de insultos que hacen referencia a la falsedad o el engaño:

281. No tenéis vergüenza, ni dignidad↓ [...] Pandilla de farsantes/ embaucadores/ embusteros↓ (Cope, 16-04-07)

Si las alusiones se dirigen al partido de la oposición, estos insultos hacen referencia a la ingenuidad o inocencia de este grupo, que, según el periodista, siempre se deja embaucar por los partidos considerados de izquierdas:

77. Cuando lleguéis al poder os van a triturar↓/ otra vez↓/ lelos↓/ que es que sois lelos↓ (Es Radio, 14-01-11)

Como apreciamos arriba, el insulto que aparece como vocativo puede venir reforzado por una expresión enfática con sentido causal (*que sois lelos*) que expresa la justificación por la que el hablante afirma que el PP se dejará atacar por los socialistas. La postura del hablante

---

<sup>190</sup> Vigésima segunda edición en [www.rae.es](http://www.rae.es)

aparece de manera clara, a la vez que se eleva el daño a la imagen del grupo ideológico al que se refiere. Observamos que en estas intervenciones no prima la intención de dirigirse directamente al político, sino, tal y como aprecia la *Nueva Gramática* de la RAE (2010) “dirigirle alguna expresión difamatoria, esté o no presente” (813).

282. No// su pregunta no queda contestada/ pardillo↓/ porque primero de Derecho también lo suspenderías↓ (Es Radio, 29-10-10)

209. [...] no va a privatizar naaada/ mendrugos↓ (Es Radio, 02-11-10)

283. ¿Pero tú no sabes/ ignorante↓/ que hace mil años no existía ese idioma↑? (Es Radio, 3-11-10)

Así, el vocativo va atenuando su función deíctica, es decir la que le permite señalar directamente al destinatario discursivo, de manera que este reciba de una manera clara y directa su enunciado, que es lo que realmente se quiere transmitir o de lo que se quiere informar. Aquí lo importante es el insulto que aparece entre las pausas, mucho más que el contenido discursivo del enunciado que este introduce.

#### 5.2.3.4. Marcadores apelativos

Nos disponemos a estudiar ahora una serie de elementos, en principio diversos, que tienen en común su función de realizar una cierta llamada al interlocutor. Esta diversidad ha provocado que estas unidades hayan sido denominadas de múltiples maneras, así como que su estudio se haya llevado a cabo de forma heterogénea y, a veces, simplista.

Todo hablante, además de preocuparse por los resortes estructurales y por el contenido de su discurso, tiene la intención de involucrar al oyente, de manera que este tenga una participación activa sobre lo dicho. En este sentido, son fundamentales los elementos destinados a dirigirse directamente a este participante, así como para mantener el contacto entre ambos. Estamos hablando, por tanto, de elementos destinados a reforzar la función apelativa y fática del lenguaje. La importancia de unidades como ¿eh?, ¿no? o ¿entiendes? ha sido relativizada por parte de la gramática tradicional, que las consideraba meros segmentos de apoyo o muletillas vacías de significado. Ahora sabemos que son partículas

plurifuncionales, y que, además de desempeñar la tarea de apelar al interlocutor y mantener el contacto, pueden llegar a expresar un amplio abanico de significados o funciones discursivas esenciales a la hora de construir el discurso.

A. Briz (1998) denomina a este tipo de partículas *marcadores metadiscursivos de control del contacto*, “que cumplen una función eminentemente expresivo-apelativa y también fática” (225). Estas funciones se concretan en el discurso mediante fórmulas reafirmativas o justificativas del *yo*, de su actuación o de lo dicho. A su vez, pueden funcionar como un recurso retardatario de la comunicación.

S. Pons (1998b) también ha estudiado estos apéndices apelativos, sobre todo en el registro coloquial. Este autor les asigna una función eminentemente fática, aunque junto a esta, habla de una serie de valores modales, de organización discursiva y de énfasis con respecto a un segmento anterior (anáfora) o posterior (catáfora).

M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999) hablan de estos marcadores como *enfocadores de la alteridad*, y comentan que son unidades que apuntan, sobre todo, al oyente, aunque en ocasiones pueden señalar a ambos interlocutores, y tienen como objetivo ejecutar estrategias de cooperación en la conversación.

Desde el punto de vista de la cortesía, estos elementos se han relacionado con ciertas estrategias de protección de la imagen del otro, ya que se intenta que este colabore en el acto de habla, pidiéndole, por tanto, opinión o participación (M. A. Martín Zorraquino-J. Portolés; 1999: 4172). En nuestro caso, observaremos cómo el contexto tiene mucho que decir, ya que, en situaciones de conflicto, y junto a actos claramente amenazantes, el carácter reforzador de estos marcadores puede, en ocasiones, resaltar la intención descortés de determinados ataques a la imagen, ya sea positiva, ya sea negativa, del oyente.

Nosotros, por tanto, nos centraremos en el estudio de estas unidades que tienen en común apelar al oyente, llamar su atención y pedir su colaboración. De esta manera se cumple uno de los objetivos básicos de la comunicación, establecer o fortalecer el contacto con el interlocutor. Como consecuencia, el discurso se verá enriquecido con una serie de valores que hacen referencia a la actitud del hablante ante lo dicho (modalidad). Igualmente, estos elementos pueden cumplir una función organizativa y de cohesión discursiva. Siguiendo a C. Fuentes Rodríguez (1990c: 172), dividiremos estos marcadores en dos grupos según su expresión: por una parte, los que eligen la formulación interrogativa, por otra, aquellos que poseen una forma imperativa

## 5.2.3.4.1. Apéndices interrogativos

Ejerciendo esta función discursiva de apelar al oyente, podemos encontrar ciertas estructuras interrogativas entre pausas, bien al final del enunciado, bien intercaladas dentro del mismo. E. Brenes Peña (2010) incluye en este grupo desde elementos con escaso significado, como *¿eh?*, a unidades modales como *¿verdad?*, *¿no?*, *¿vale?* o *¿de acuerdo?* Estas unidades poseen un valor eminentemente apelativo, que, debido al continuo proceso de gramaticalización que están sufriendo, pueden pasar a funcionar como controladores del contacto comunicativo (función fática). Finalmente, y si han llegado a perder totalmente, debido al uso, su significado, pueden actuar como partículas continuativas, que funcionan ejerciendo una técnica retardatoria, de manera que el hablante tome tiempo y puede pensar sobre lo que quiere decir. El problema con respecto a estas unidades radica en que todos estos valores están aún vigentes, y en pleno uso en español actual. Así, podemos encontrarnos de manera sincrónica con estas unidades ejerciendo diferentes funciones y con distintos valores en enunciados concretos. Es difícil, por tanto, averiguar cuál es el valor o la función esencial de esa determinada partícula en ese discurso determinado. Es más, en la mayoría de las ocasiones no estamos ante usos unifuncionales, ya que es normal que una unidad mantenga, en menor o mayor proporción, todos estos valores a la vez. Es decir, una partícula como *¿verdad?* puede mantener su especialización de llamada de atención al oyente. Además, puede reforzar el contacto comunicativo, y, si aparece con asiduidad en un fragmento breve, puede ser que haya adquirido ya cierto uso como partícula continuativa o retardatoria. Este sincretismo lo encontramos en las dos unidades que con mayor frecuencia utiliza FJL: *¿no?* y *¿eh?*

Con respecto a *¿no?*, M. J. García Vizcaíno (2005) indica que, entre otras funciones, la más común es la de comprobativo de pregunta (equivalente a *¿no es así?*) En los mismos términos se expresa E. Brenes Peña (2011), quien sitúa esta unidad dentro de los apéndices interrogativos comprobativos, y comenta que “supone un mecanismo de petición de confirmación de veracidad del contenido expuesto por el emisor” (125). Como vemos en el siguiente ejemplo, el hablante, tras lanzar una serie de preguntas al ministro del Interior, expresa también la respuesta (enunciado declarativo), para cuya confirmación pide la participación del propio ministro:

46. ¿Qué vas a hacer/ Cándido↑?// y tú/ Rubalcaba ¿qué vas a hacer↑? [...] ¿Y qué estás haciendo/ Rubalcaba/ para desactivar estos grupos criminales/ que predicán el crimen↑?// ¿qué estás haciendo, Rubalcaba↑?//nada/ ¿no↑?// porque tú todo lo que sea contra la derecha→ (Es Radio, 22-11-10)

Normalmente se ha asignado a este tipo de partículas apelativas un funcionamiento al servicio de la cortesía, ya que suponen un medio para buscar la participación del oyente (A. M. Vigar, 1992; J. L. Blas Arroyo, 1995a; A. Arce Castillo, 1998; M. A. Martín Zorraquino-J. Portolés, 1999; A. González Dios, 2006). En este caso, sin embargo, creemos que su aparición supone un refuerzo del ataque a la imagen que aparece en todo el fragmento. Aquí se intenta presentar al ministro como un político cuyo objetivo no es desactivar a los delincuentes, sino ir en contra de los grupos de ideología contraria a la suya. Para ello, el hablante se vale de estrategias apelativas directas, como las interrogaciones, que pretenden arrinconar al político, y hacerle copartícipe de esta denigración de su imagen. Así, y tras expresar su opinión de que este no va a hacer *nada* para desactivar a los grupos criminales, el hablante pide la confirmación del ministro para ratificar la acusación, y asignarle, así, una mayor fuerza y gravedad. El político se convierte, por tanto, en cómplice de un ataque a su propia persona. El periodista pide su confirmación a través del *¿no?*, pero, debido al carácter monologal del discurso, la persona criticada no puede contestar, por lo que su respuesta, en este caso confirmando la tesis del periodista, es implícita, y hace que dicha opinión aparezca, por tanto, como obvia. Es decir, el contexto de enfrentamiento posibilita la aparición de interrogaciones orientadas desde un punto de vista argumentativo. La tendenciosidad de estas preguntas posibilitaría que no hubiera hecho falta que el hablante las hubiera respondido. El oyente podría interpretar por sí mismo que la respuesta iba a ser *nada*, es decir, que Rubalcaba no va a actuar en contra de estos grupos de izquierdas. La respuesta, por tanto es obvia, y esta lógica insufla la seguridad suficiente al periodista para pedir la confirmación al propio protagonista, al ministro: *¿no?* El atacado no puede responder, no tiene voz en el discurso de FJL, por lo que, de manera involuntaria, está confirmando con su silencio el descrédito de su propia imagen.

Es más, el discurso de FJL se caracteriza por emitir enunciados reforzados, debido a que el contenido de lo dicho aparece como evidente, como irrefutable. El periodista no necesita, por tanto, pedir la colaboración del otro para dar validez a sus opiniones. Así, a través de estos



apéndices apelativos, el hablante, más que confirmar una información dudosa, intenta, tal y como indica E. Brenes Peña (2011), "obligar al receptor a aceptar el contenido proposicional emitido, su tesis o postura, en definitiva" (130).

En el siguiente ejemplo vemos este mismo empleo, en este caso ejercido por los apelativos *¿no?* y *¿eh?*:

204. [...] cuatro millones seiscientos mil parados y tú cómodo/ *¿no↑?* (3'') las víctimas del terrorismo contra la nueva negociación del Gobierno y la ETA/ y tú cómodo↓ (3'') o sea el déficit monstruoso camino de Argentina/ con Madrid como escaparte de la ruina pero tú/ cómodo↓ (3'') o sea los impuestos subiendo pero tú/ cómodo↓ (3'') la inseguridad creciendo pero tú/ cómodo/ *¿eh↑?///* y así podría estar hasta las siete y veinte pero es que entonces no nos daría tiempo para los titulares↓ (Es Radio, 4-11-10)

Al no poseer un contenido semántico definido, la plurifuncionalidad de *¿eh?* es aún mayor que la de otras partículas apelativas. Uno de sus valores es el de, junto a reforzar el contenido de un segmento anterior, expresar el deseo del hablante de que lo dicho sea corroborado por el oyente (A. González Dios, 2006; M. P. Montañez Mesas, 2007; F. J. Rodríguez Muñoz, 2008; E. Brenes Peña, 2011). En este sentido, M. J. García Vizcaíno (1995), además de señalar este valor confirmativo de la partícula, opina que, en ciertos contextos de enfrentamiento o desacuerdo, esta puede ser utilizada para asignar más fuerza a la amenaza sobre la imagen positiva del oyente, por lo que, en estos casos, está al servicio de "una estrategia de descortesía, no de cortesía" (95).

Esta autora opina que *¿eh?*, utilizado en contextos de conflicto, posee una mayor carga descortés que *¿no?*, ya que posee más capacidad para reforzar catafóricamente la aserción anterior. En el siguiente enunciado, el hablante está criticando, a través de la ironía, el cuantioso sueldo del diputado de nacionalista José A. Durán i Lleida. Tras la crítica, el hablante pide colaboración al propio protagonista para que confirme este hecho obvio y evidente:

280. A ti pobre me da que ya no te pillan↓/ *¿eh↑?* José Antonio↑? (Es Radio, 27-01-11)

La opinión expresada por el periodista dista mucho de aparecer dubitativa y necesitada de confirmación alguna. La petición de colaboración del oyente parece, tal y como afirma E.

Brenes Peña (2011), poco sincera, de manera que este es utilizado como cómplice para corroborar la opinión, obligándolo a aceptar una tesis que va en contra de su propia imagen.

En el siguiente fragmento, el hablante emite con un alto grado de certeza la afirmación de que el Gobierno no reducirá los gastos de las televisiones autonómicas, ya que estas les sirven como valiosos instrumentos de propaganda. Tras ello, se hace cómplice de dicha opinión a una dirigente socialista, por lo que la aserción aparece reforzada:

284. Pero no recortaréis en esos aparatos de propaganda/ que son esas infinitas televisiones autonómicas/ que cuestan un ojo de la cara parte del otro↓/// ahí no/ ¿eh↑?/ ¿Mari Luz↑? (Es Radio, 01-02-11)

Como hemos podido observar, estos apéndices interrogativos no tienen siempre una función atenuante o de preocupación por la imagen del interlocutor. En situaciones de conflicto y enfrentamiento, y acompañando a enunciados no dubitativos, sino aserciones tajantes y seguras, estos elementos contribuyen a intensificar la intención descortés y el ataque a la imagen. Por un lado, la amenaza a la imagen positiva es mayor, ya que estas unidades refuerzan el valor proposicional negativo del enunciado. Por otro, al forzar al otro a que corrobore cierta opinión, es decir, al obligarle a que esté de acuerdo, se le está atacando en su libertad de acción, es decir, en su imagen negativa.

#### 5.2.3.4.2. Imperativos

W. Beinhauer (1991[1963]), uno de los pioneros en estudiar las características del español coloquial, ya afirmaba que existen algunas expresiones para iniciar el diálogo que se corresponden con formas vocativas de verbos de percepción sensorial. Entre estas señalaba algunas como *mira/mire* o *oye/oiga*. Con respecto a esta última, este autor comenta que puede denotar “extrañeza o enfado, y que también se usan en tono de reprensión” (51). En los mismos términos se expresan F. Alcina y J. M. Blecua (1975), que denominan a estas expresiones *oraciones de comienzo*, y conforman una serie de llamadas de atención sobre lo que se va a decir.

A. M. Vigara (1992) encuadra estas unidades dentro de los *soportes conversacionales*, expresiones vacías de significado cuya principal función es la de que no aparezca un vacío en la intervención mientras el hablante busca la expresión adecuada, la más certera o clara que

desea emitir. Junto a este valor principal, esta autora afirma que pueden expresar una amplia gama de matices. A *miré*, por ejemplo, otorga la capacidad de asignar un cierto grado de displicencia ante lo dicho.

Para C. Fuentes Rodríguez (1990c), estas formas se caracterizan por apelar al oyente para que este se fije en algo, normalmente en una parte de la información que se aporta. Esta aparece, por tanto, enfatizada desde un punto de vista enunciativo. Así opina S. Pons (1998b), para quien, además de esta función fáctica, estas unidades pueden adquirir valores modales para expresar, por ejemplo, el desagrado o desacuerdo. A su vez, este autor comenta que pueden funcionar en un nivel macroestructural, encargándose de la organización textual, e indicando, por ejemplo, un cambio de tema. Por último, y una vez que estas partículas van perdiendo su significado de manera gradual, pueden pasar a funcionar como muletillas, conservando tan solo cierto valor continuativo.

Como indican M. J. Cuenca y M. J. Marín (2000), estas formas han sufrido un proceso de fijación morfológica en imperativo, y, distribucionalmente, su aparición se ha centrado en posición inicial y entre paréntesis. Su origen como imperativo les aporta el actual valor apelativo, aunque estas unidades también poseen la capacidad de reorientar la progresión temática del discurso. En este sentido, señalan M. J. Cuenca y M. J. Marín (2000), “suelen indicar una pausa o un corte en la comunicación en curso, con una intención a menudo argumentativa” (232).

Pensamos que el hablante puede, en una situación de conflicto como la nuestra, valerse de estos valores para recrudecer la amenaza a la imagen de las personas de las que habla. Por un lado, el periodista se dirige a ellas de manera directa, y les conmina a fijarse, a prestar atención a cierta parte de su discurso que supondrá cierto daño a su imagen. Este procedimiento supondrá, además, un refuerzo de dicho segmento desde un punto de vista informativo. A su vez, el marcador, reorienta el discurso, e introduce un enunciado que busca el enfrentamiento o el desacuerdo:

233. Y la próxima vez/ miraaa→/ Rubalcaba↓/ presenta tú los telediarios↓/ total a Ana Blanco  
ya la tenemos muy vista↓/ y si no/ pues lo presentáis a medias↓ (Es Radio, 2-11-10)

Con *mira*, tal y como indican M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999), el hablante introduce un miembro del discurso que considera informativamente relevante. Para estos autores, junto a ciertos valores destinados a atenuar posibles enfrentamientos, este marcador

puede, dependiendo del miembro discursivo que introduzca, subrayar la ira, el enfado o la protesta del emisor. La referencia directa provoca cierta actitud amenazadora y tajante con respecto a la persona a la que se dirige el hablante. El periodista, por otro lado, también está interesado en mostrarse ante su audiencia como cortante e implacable frente a estos políticos contrarios su ideología.

En el *mira* del anterior ejemplo, podemos apreciar, junto a su función apelativa de enfrentamiento, cierto valor continuativo originado por el uso reiterado de la partícula. Esta función retardataria es más apreciable gracias al alargamiento fónico, que apoya esta estrategia de ralentizar en cierta medida el discurso, de modo que el hablante pueda tomarse algo de tiempo, y exprese con claridad lo que mejor se adecua a sus intenciones. Este grado de gramaticalización es apenas perceptible en otras expresiones formadas por verbos menos desgastados en este tipo de usos apelativos:

285. Leire/ atiende [...] (Cope, 17-02-09)

Aquí el valor continuativo se pierde, y la apelación aparece de una manera más clara y directa, debido a que el verbo conserva intacta toda su carga semántica y argumentativa. A pesar de ello, ya se percibe en el imperativo cierto papel en la dimensión macroestructural del texto, ya sea desde un punto de vista organizativo o de realce informativo.

#### **5.2.4. La expresión radical del desacuerdo**

Ya hemos comentado en alguna ocasión que en el discurso de FJL suelen aparecer otras voces, otros discursos, que son utilizados por el periodista para dotar a su propio texto de un mayor dinamismo y heterogeneidad. Las personas de las que habla, y a las que, generalmente, critica, no son meros temas discursivos. En ocasiones se hacen presentes en el texto a través de sus palabras, que son reproducidas por el presentador, normalmente en estilo directo, es decir, mostrándose como aparentemente idénticas a como fueron pronunciadas originalmente. Y decimos aparentemente porque la utilización del estilo directo no implica la reproducción fidedigna de un discurso real. G. Reyes (1993) afirma que este modo de citar constituye una licencia en la que se da apariencia de realidad a discursos reales o ficticios, cercanos a la realidad o totalmente inventados.

Cuando estudiamos las estrategias humorísticas de FJL (cf. 5.2.2.), observamos que el periodista puede reproducir las palabras de la persona a la que desea atacar deformándolas o exagerándolas, de manera que estas supongan una parodia de las originales. De esta forma se presenta al emisor original de las mismas como alguien ridículo y risible, lo que conlleva un considerable daño a su imagen.

Pero no siempre el discurso del político de turno aparece modificado. En ocasiones, el periodista reproduce literalmente las palabras del personaje, de modo que no se aprecia ninguna intención paródica o burlesca a la hora de emitir la cita.<sup>191</sup> El periodista, por tanto, recoge en su discurso las palabras reales de la persona a la que critica, lo que, en principio, podría considerarse contraproducente, ya que estas supondrían argumentos de orientación contraria a los que se defienden desde el programa, y que suelen ir dirigidos en contra de este personaje. ¿Cuál es el motivo, por tanto, para que el periodista dé esta oportunidad al político de expresarse, de defenderse a través de sus propias palabras?

Tras estas declaraciones citadas en las que dicho político expresa su opinión, el hablante suele introducir otro enunciado que expresa su total desacuerdo con lo defendido en la cita, de manera que la fuerza argumentativa de esta queda anulada. Así, exponer las palabras literales de la persona aludida supone una estrategia para expresar su disconformidad o desacuerdo con esta.

Debemos recordar que el hecho de que las palabras citadas no aparezcan deformadas no significa que no haya manipulación. Si bien el periodista no inventa el discurso, sí puede acortarlo, de manera que aparezca solo la parte que le conviene presentar, o, del mismo modo, lo va mostrando, dentro de su propio discurso, justo en el momento en el que cree más indicado, y donde la crítica y el ataque al mismo pueden resultar más efectivos.

La aparición de estos enunciados reactivos para expresar el desacuerdo hace que en ciertos momentos el discurso adquiera la apariencia de un diálogo. No estamos tan solo ante una cita aislada, sino ante dramatizaciones en las que observamos unidades propias de la conversación, como el turno o el intercambio. Como afirma, C. Fuentes Rodríguez (2000), “los textos dialogados son especiales, en tanto en cuanto los agentes se van intercambiando. Esta situación interactiva específica requiere unidades específicas también. Así, hemos visto la intervención y el intercambio como unidades intermedias entre el enunciado y el párrafo” (165):

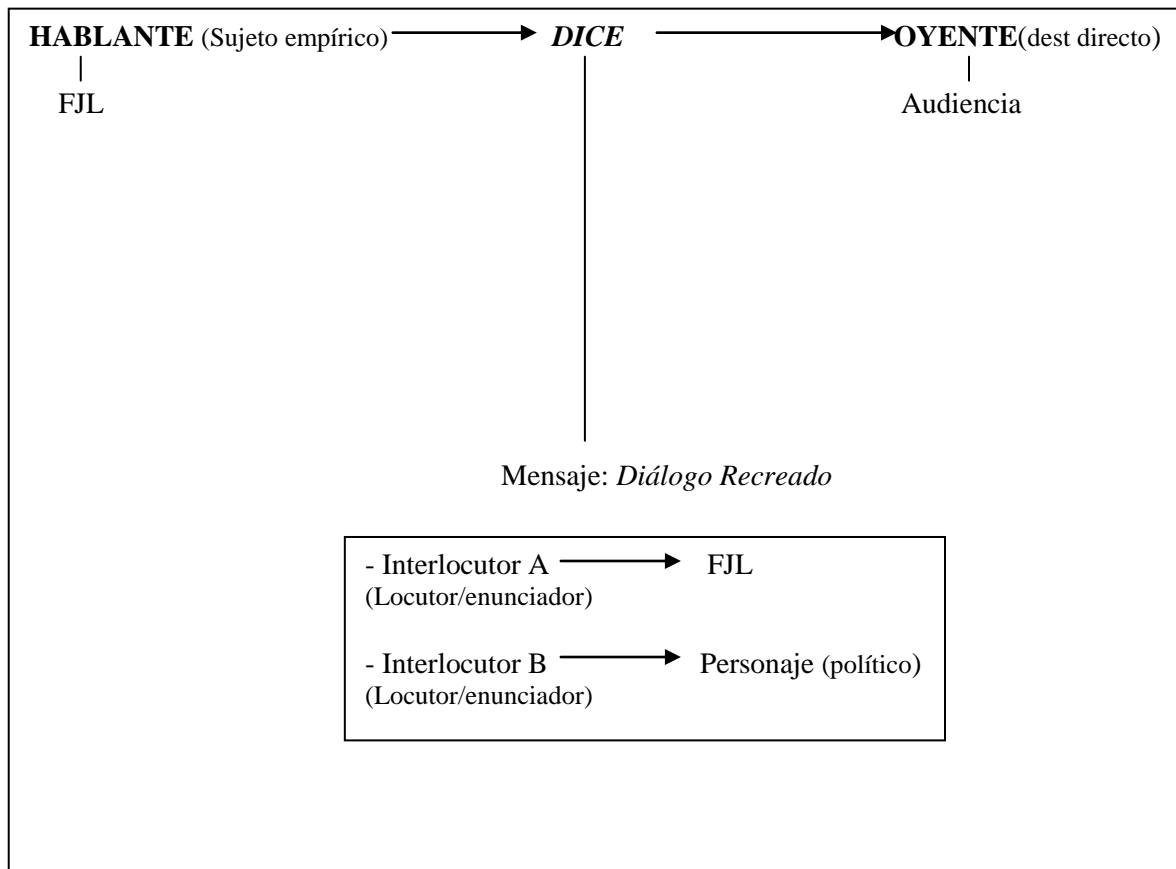
---

<sup>191</sup> La fidelidad o literalidad del este discurso reproducido son fácilmente comprobables, ya que al principio del programa suelen aparecer cortes grabados de las declaraciones más relevantes del día anterior.

286. *Me siento informado*↓/ dijo en el País↓/ *pero no sé si me cuenta todo*↓/// entonces no te sientes↓ (Cope, 03-11-07)

Nos encontramos ante una cita en estilo directo, en la que Rajoy, locutor y enunciador de la misma, comenta sentirse informado por el Gobierno sobre el tema de ETA, pero, a su vez, afirma no estar convencido de que le cuenten todo. Tras una pausa aparece un enunciado que constituye otra intervención, responsable ahora de un nuevo locutor: FJL. Esta intervención es una respuesta reactiva de desacuerdo con respecto al enunciado aparecido en la intervención anterior: *entonces no te sientes*.

El periodista actúa como si fuera un dramaturgo, y recrea en su propio discurso la estructura de un discurso dialogal. G. Reyes (1993: 26) afirma que en la conversación es frecuente que se sucedan citas en estilo directo, e incluso que el hablante pueda llegar a construir diálogos inventados e imaginarios. FJL toma este recurso típicamente coloquial y lo incorpora a su discurso. Esto supone una estrategia de manipulación muy efectiva, ya que le permite tomar lo dicho por el otro como impulso, como excusa para después desarmarlo, mostrando lo poco acertado de sus palabras. Estas dramatizaciones o diálogos recreados permiten que aparezcan estos enunciados de desacuerdo, prototípicos, como es lógico, del discurso dialogal. Pero, al encontrarnos ante diálogos ficticios y manipulados, uno de los interactuantes no es libre, sus palabras están estratégicamente colocadas para ser después invalidadas y desacreditadas. Tras la expresión de desacuerdo, el político no podrá defenderse, su “voz” no volverá a aparecer para refutar lo dicho por el periodista. Este desarrolla la estrategia de, a través del descrédito del discurso del otro (desacuerdo), atacar su imagen. La aparición de sus palabras, por tanto, no se hace para dotar al discurso de un equilibrio o pluralidad de opiniones. A través de estas, el político no colabora en el discurso, tan solo es utilizado como un *sparring* sin capacidad para defenderse, que será golpeado delante de un público claramente posicionado a favor del boxeador de casa.



**Gráfico 37. Estructura enunciativa del discurso dramatizado de FJL.**

Como observamos en el gráfico, el mensaje de FJL (sujeto empírico) consiste en la recreación de un diálogo ficticio entre dos interlocutores a los que él ofrece su voz: el propio periodista y la persona de la que habla. La intención última del presentador radica en transmitir al oyente (destinatario directo) una imagen negativa de estos políticos o personajes públicos.

Este tipo de estructura enunciativa triangular la encontramos, además de en los textos pertenecientes a los medios, en el discurso parlamentario. En estos aparece, según E. Miche (1998), un receptor inmediato, la asamblea, y otro mediato, que sería otro parlamentario, autor del discurso con el que discrepa el diputado. En estas intervenciones el hablante suele expresar su desacuerdo con respecto a este discurso anterior utilizando la tercera persona, tal y como ocurre, aunque en escasas ocasiones<sup>192</sup>, en el discurso de de FJL:

<sup>192</sup> FJL suele utilizar llevar a cabo estas estrategias de desacuerdo a través de la segunda persona.

287. El señor Arias Salgado, con indudable brillantez/ acaba de hacer un intento de interpretación y de coordinación de estos dos conceptos/// sin embargo/ y desde mi punto de vista, esa interpretación puramente personal es una interpretación perfectamente discutible [...] <sup>193</sup>

288. *No hemos estado a la altura*↓/// ¡qué cara tienen entre el Patxi nadie y el Ibarretxe todo! (Cope, 23-04-07) <sup>194</sup>

Como observamos en los dos ejemplos anteriores, el desacuerdo también puede aparecer mediante la tercera persona, lo que, según esta autora, no va en contra de la naturaleza dialogal de este tipo de actos. E. Miche (1998) llega a la conclusión de que “lo que distingue una estructura diafónica de una estructura polifónica, no son las marcas lingüísticas, sino lo que hace el locutor al retomar el discurso del otro” (138). Es decir, una estructura diafónica puede definirse por la utilización por parte del hablante de la voz del otro para entrar en diálogo con ella. Por tanto, el concepto de diálogo es independiente de las marcas lingüísticas que puedan aparecer normalmente en las estructuras diafónicas, ya que estas deben amoldarse a las características físicas que requiere el intercambio. Así, discursos como el mediático o el parlamentario, debido a su carácter trialogoal, pueden alterar las convenciones lingüísticas de expresión de estrategias puramente dialogales como el desacuerdo. En estos textos, el hablante se encuentra ante dos tipos de receptores, uno directo (la audiencia o la asamblea), y otro indirecto (el político con el que muestra su discrepancia), lo que posibilita que la referencia a este último se pueda llevar a cabo a través de la tercera persona.

Se ha comentado que, debido a su naturaleza social, una de las características del discurso hablado es, por un lado, mostrar cierta actitud cooperativa con respecto al interlocutor, y, por otro, intentar no dañarlo en su imagen. Como consecuencia de estos rasgos, que se explican a través de los denominados principio de cooperación (P. Grice, 1975), y de cortesía (G. N. Leech, 1983), también se ha considerado que existe una ley universal que impone a los participantes de una conversación buscar el acuerdo.

Sin embargo, estos planteamientos se han realizado partiendo de un tipo de discurso “idílico”, en el que rige la intención de los participantes de buscar la armonía, así como el

---

<sup>193</sup> Ejemplo tomado de E. Miche (1998), sobre el debate parlamentario del artículo 2 de la Constitución Española de 1978.

<sup>194</sup> A pesar de pertenecer ambos fragmentos a discursos formales de contenido político, se observan con claridad las diferencias de registro, tono y agresividad entre ambos a la hora de expresar el desacuerdo.



cuidado a la imagen del otro. Pero hay otro tipo de discurso cuya naturaleza impone la búsqueda del enfrentamiento, un discurso donde las afrentas y los perjuicios a la imagen no se atenúan, sino que incluso tienden a enfatizarse. Nos referimos al denominado *discurso polémico*.

Para definir este tipo de texto se han utilizado con frecuencia símiles de naturaleza bélica. De hecho, para G. Herrero Moreno (2000), “la conversación de naturaleza polémica evoca una guerra verbal” (1584). Esta autora aporta una serie de rasgos que lo caracterizan. Por un lado, indica que es de naturaleza verbal, generalmente oral, y que surge en situaciones dialogales en la que los participantes se vuelven contrincantes o polemizadores que suelen pertenecer a bandos distintos. Por ello, estos textos se desarrollan cara a cara, es decir, los adversarios están presentes en la misma situación de polémica. Tanto es así, afirma G. Herrero Moreno, que “no constituyen muestras de este tipo de discurso las manifestaciones de un interlocutor contrarias a otro interlocutor (o a su discurso) que no está presente” (1585).

Como hemos visto *supra*, en los textos que vamos a analizar encontramos una recreación de una supuesta conversación. En ella, los hablantes se intercambian intervenciones como si estuvieran cara a cara, polemizando sobre un determinado tema.

Por otro lado, la especial naturaleza del discurso mediático nos permite introducir una serie de variantes o excepciones con respecto a las características que normalmente se le asignan. Es decir, es lógico que se haya hablado de que no puede haber polémica si no están presentes los dos interactuantes. Si, en una conversación, un hablante critica o muestra su desacuerdo con una tercera persona no presente, no se está buscando la confrontación o la controversia, sino, más bien, un acercamiento o intención afiliativa con respecto a su interlocutor actual. Sin embargo, el discurso de los medios se rige por mecanismos diferentes. Un locutor radiofónico que se dirige a su audiencia, o un tertuliano de televisión que habla con otro contertulio, pueden criticar a una tercera persona no presente, siendo conscientes de que sus declaraciones llegarán irremediablemente a su objeto o blanco discursivo. La naturaleza de este tipo de discurso incorpora al esquema comunicativo la figura del aludido, cuya presencia sobrevuela sobre la conversación, y cuya imagen también se pone en juego debido a la “multidireccionalidad” propia de este tipo de textos. Así, aunque el aludido no esté presente físicamente, el hablante es consciente de que su ataque llegará, de manera directa o mediada, a su contrincante, y que este, por tanto, podrá responder al mismo.

Otra de las características del discurso polémico es la aparición de actos de habla en los que se expresa el desacuerdo. Este tipo de actos ha adquiridos diferentes nombres (disentivos, refutativos, disputativos, opositivos, etc.), que sirven para referirse a un enunciado emitido por un locutor B, que sirve para expresar el desacuerdo con respecto a otro enunciado anterior emitido por otro locutor A.

Dentro de los actos que expresan desacuerdo, podríamos hacer una división según la fuerza ilocutiva de los mismos. No es lo mismo expresar una discrepancia, que supone disentir de la postura defendida por otra persona, que, por ejemplo, expresar una protesta, en la que alguien expresa impetuosamente su queja o disconformidad.

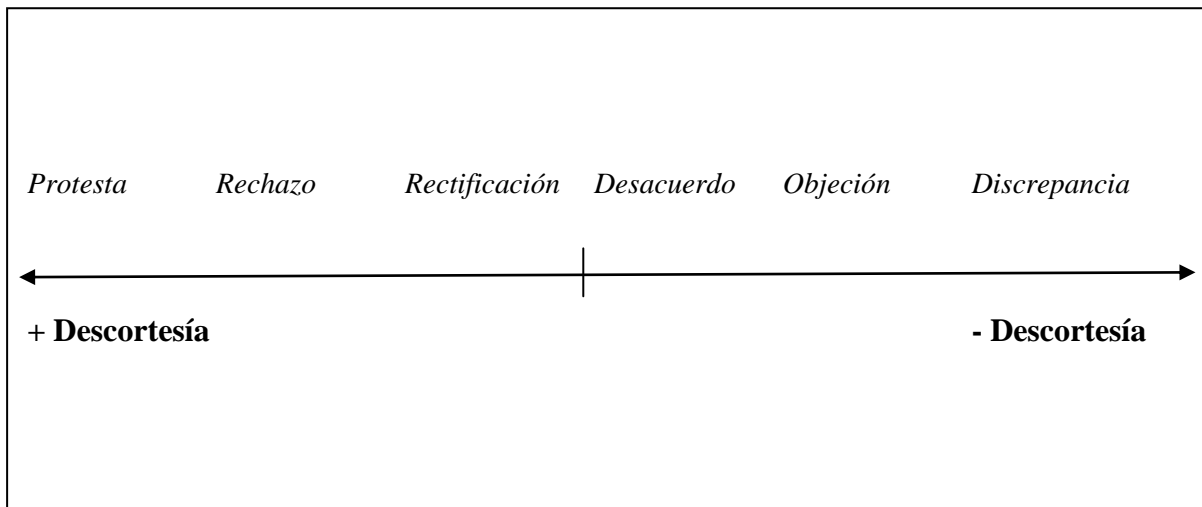
Debido a la dificultad de delimitar y fraccionar las partes de este *continuum*, la mayoría de los autores han optado por un término que define de una manera más neutra este tipo de actos de habla. Se habla, por tanto, de *actos de desacuerdo* o *disentivos* (A. Pomerantz, 1984; G. Herrero Moreno, 200, 2002) para referirse a enunciados que poseen ciertas características compartidas:

- Expresan una refutación o desacuerdo con respecto a un enunciado anterior.
- Surgen como consecuencia de una actitud que origina sucesiones de opiniones contrarias y enfrentadas, que pueden, además, aparecer justificadas mediante razonamientos o argumentaciones de mayor o menor complejidad.
- El desacuerdo se presenta con un grado de intensidad variable.

En lo que respecta al discurso de FJL, el desacuerdo expresado se sitúa en una posición elevada dentro de la escala que refleja la fuerza ilocutiva de este tipo de actos. Lo normal, por tanto, es que el periodista introduzca un enunciado que aparece como totalmente contrario a respecto a la cita directa en la que se reproducen las palabras de cierto personaje público. Así, estos actos se encuentran entre el *rechazo*, que supone la no admisión de lo que otro propone, y la *protesta*, es decir, la queja impetuosa de disconformidad<sup>195</sup>. Al expresar el desacuerdo de una manera más radical, así como al mostrar su actitud de malestar ante lo dicho por el otro hablante, estos actos poseen una mayor carga descortés, ya que este aparece como el portador de unas ideas totalmente equivocadas.

---

<sup>195</sup> Ambas definiciones tomas del *DRAE* (vigésima segunda edición, en [www.rae.es](http://www.rae.es)).



**Gráfico 38.** *Relación entre la descortesía y los diferentes actos de expresión del desacuerdo.*

Al definir los actos disentivos como las segundas partes de un intercambio, damos por hecho que debe haber un enunciado previo al que referirse. Así, la segunda intervención posee cierta fuerza ilocutiva reactiva con respecto a la primera. Por ello, hay autores que afirman que estos actos están formados por “enunciados contextuales” (A. Martinet, 1987[1985]; G. Herrero Moreno, 2002), expresión pleonástica que utilizan para referirse a aquellos que requieren la presencia de un enunciado previo, que normalmente es el blanco u objetivo del desacuerdo.

En el discurso de FJL, el enunciado blanco de la crítica suele estar situado justo antes de la intervención reactiva, tal y como vimos en el ejemplo (288). Sin embargo, hay casos en los que el periodista expresa el desacuerdo a partir de unas declaraciones no citadas directamente en su discurso, pero que han aparecido previamente a través de un corte en el que se emiten las palabras grabadas directamente del protagonista. En estos casos, el enunciado disentivo surge como una reacción a las palabras de determinado político que han sido reproducidas en el programa justo antes de la intervención reactiva del protagonista, o incluso en un primer momento de la sección en el que aparecen las declaraciones más relevantes del día. Queremos decir, por tanto, que no siempre es tan evidente identificar el carácter anafórico del acto de habla con el que se está en desacuerdo. Eso se debe a la especial naturaleza del discurso mediático, que permite reproducir determinadas declaraciones a través de grabaciones, o a partir de citas directas que el presentador incorpora a su discurso.

Por otro lado, G. Herrero Moreno (2002) señala que podemos encontrarnos tres tipos de actos de desacuerdos según el blanco u objeto con el que se disiente:

- Lo más normal es que el desacuerdo recaiga sobre el *dictum* o contenido proposicional del enunciado. Está socialmente aceptado que puedan existir discrepancias con respecto a ciertas opiniones o puntos de vista. Es más, siempre que estas no aparezcan expresadas de manera extrema e intransigente, la misma dinámica conversacional pide cierto grado de divergencia en las opiniones, que aporta un mayor dinamismo y riqueza al texto, así como contribuye a crear un ambiente plural y democrático.

- También podemos encontrar un rechazo con respecto al valor ilocutivo del enunciado, y más concretamente hacia su modalidad. El hablante, por ejemplo, puede expresar su desacuerdo a que le dirijan una orden, o a que esta sea expresada con demasiada carga impositiva:

289. A: ¿Te quieres callar ya de una vez/ que no me dejas hablar?

B: ¡Te vas a dar órdenes a tu padre!<sup>196</sup>

- Por último, el acto disentivo puede tomar como blanco al otro interlocutor. En este tipo de enunciados el hablante tiene el objetivo de, a través de la expresión del desacuerdo, desacreditar la figura de su contrincante.

Este último tipo de desacuerdo es el que encontramos normalmente en el discurso de FJL, ya que la finalidad última de su discurso es deslegitimar al personaje cuyas palabras son rechazadas. En ocasiones, el rechazo del otro interlocutor se lleva a cabo de una manera explícita, mostrando la contrariedad hacia ciertas facetas de su personalidad. Esta postura de enfrentamiento personal puede llegar a explicitarse a través de insultos, como observamos en el siguiente fragmento, en el que se reproducen unas palabras de Mariano Rajoy sobre el español:

290. *La mejor campaña que se ha hecho por este idioma en mil años*↓/// pero tú no sabes/ ignorante↓/ que hace mil años no existía ese idioma↓ (Es Radio, 03-11-10)

---

<sup>196</sup> Ejemplo tomado de G. Herrero Moreno (2002: 230).

Pero este rechazo hacia el otro interlocutor también puede llevarse a cabo de una manera más velada. En todos los casos en los que FJL muestra su desacuerdo con ciertas opiniones (*dictum*) sobrevuela por encima del discurso su intención de desacreditar la imagen de estos políticos ante su audiencia. Su finalidad no es, como sucede en ciertos debates o conversaciones, rebatir una postura contraria, para, así, avanzar en la conversación defendiendo lo que se cree correcto. Su objetivo primordial es mostrar a esta serie de personajes como desacertados, incongruentes o incluso como mentirosos:

291. ¿Pero cómo tiene usted esa cara↑?/// El Gobierno ya tiene posición\\/// falso\\/// la legitimidad la tiene la generalidad de Cataluña\\/ mentira↓ (Es Radio, 13-01-11)

Nos encontramos, por tanto, ante estrategias indirectas de rechazo o descrédito, en la que se toma como blanco del desacuerdo al otro interlocutor, al que se infringe un grave daño en su imagen.

El efecto (des)cortés de los actos de habla disentivos ha sido objeto de numerosos estudios, ya que siempre han sido considerados como estrategias especializadas en la búsqueda del daño a la imagen del interlocutor. Esto se debe a que siempre constituyen la segunda parte de un acto no preferido. Gracias a autores como J. Moeschler (1985), A. Pomerantz (1984) o S. Levinson (1983), sabemos que los pares mínimos en los que se estructura la conversación están formados, a su vez, por intervenciones que se suceden progresivamente. Estas intervenciones pueden ser más preferidas que otras, siguiendo los principios de cooperación y cortesía conversacional del que hablamos *supra*. Esto ha llevado a algunos autores a afirmar que, ante enunciados iniciales que contienen aserciones, opiniones o valoraciones, lo preferido sería una intervención de conformidad, frente a lo no preferido, que correspondería a un enunciado de expresión de desacuerdo. Así, la aparición de actos disentivos supone, en primer momento, una amenaza a la imagen positiva del interlocutor, ya que se invalidan sus palabras u opiniones. En segundo lugar, se falta al principio universal de apoyo y colaboración entre los hablantes, lo que supone una ruptura de las normas de solidaridad social y convergencia entre los mismos (G. Herrero Moreno, 200: 237).

Sin embargo, esta interpretación de los actos disentivos no puede realizarse al margen de ciertos factores contextuales. Hay situaciones en las que este tipo de actos poseen una función dinamizadora, y su presencia posibilita la aparición de una lucha dialéctica más

equilibrada y plural. Del mismo modo, su aparición permite evitar la monotonía y homogeneidad de puntos de vista, así como la aparente falta de interés que puede interpretarse si uno de los interlocutores muestra una adhesión total hacia la postura del otro. Es más, desde un punto de vista superestructural, hay determinados géneros donde la confrontación y la oposición de criterios se erigen como rasgos nucleares del devenir textual. En los debates, por ejemplo, la continua aparición de intervenciones reactivas de conformidad supondría extrañeza, e imposibilitaría la fluidez de dicho formato. En ese caso, estas intervenciones funcionarían como segundas partes no preferidas dentro de un par mínimo, ya que lo esperado, lo no marcado, serían los enunciados que refuten las opiniones del otro contertulio. Del mismo modo, el desacuerdo supone el punto de arranque de toda actividad argumentativa. Como dice C. Plantin (1998), solo puede haber argumentación si hay desacuerdo sobre una posición” (35). Es decir, si el hablante no es capaz de mostrar sus diferencias con respecto a una postura contraria, explícita o no, el mecanismo argumentativo no puede tener lugar.

Por ello, en un discurso como el comentario de crítica política es normal que encontremos discrepancias con respecto a ciertas posturas o posicionamientos de algunos políticos o personajes públicos. Eso es lo esperado, ya que, dentro de las funciones del periodista, está la de controlar y enjuiciar el comportamiento de sus dirigentes. El desacuerdo es, por lo tanto, lo adecuado y normativo con respecto a este tipo de textos. Igualmente, esta confrontación de posturas es la que permite que la argumentación, que tanta presencia posee en el discurso de FJL, se ponga en marcha. El periodista argumenta porque hay aspectos polémicos sobre los que discutir, porque hay interpretaciones y puntos de vista defendidos por otros que no puede permitir que lleguen a su audiencia. En definitiva, el carácter persuasivo de su discurso siempre tiene una doble dirección: va dirigido a convencer a sus oyentes, pero, por otra parte, siempre supone un ataque a una postura contraria y, según él, desacertada o errónea.

Por tanto, si consideramos la expresión de desacuerdo como un comportamiento comunicativo adecuado o correcto, según la teoría del *relational works* (M. A. Locher-R. Watts, 2005), no podemos considerar que su aparición en nuestro discurso tenga efectos descorteses, debido a que es lo esperado en este tipo de texto. Sin embargo, seguimos considerando este tipo de estrategias como altamente amenazantes para la imagen, debido, sobre todo, a dos factores relacionados con la forma específica en que estas se muestran en el

discurso de FJL: su fuerza ilocutiva, por un lado, y su uso estratégico como instrumento de ataque a la imagen, por otro.

Como observamos en el gráfico (40), el hablante puede valerse de un amplio abanico de estrategias para expresar su desacuerdo según su fuerza ilocutiva. De todas ellas, FJL utiliza las que acentúan el rechazo total y sin matizaciones de la postura del otro, de manera que no puedan encontrarse puntos de unión reales ni formales entre los interactuantes. Del mismo modo, el desacuerdo se expresa a través de un enunciado expresivo o aseverativo, donde la aserción aparece enfatizada, de manera que la fuerza del acto disentivo se muestra muy marcada. Por último, la aparición de determinadas expresiones con alto rendimiento modal muestra, más allá del mero desacuerdo enunciativo, cierta actitud de desagrado o malestar del hablante ante lo dicho por el otro, lo que acerca este tipo de actos a la protesta o la disputa.

Con respecto a su uso estratégico, ya hemos indicado que el desacuerdo tiene siempre como blanco último el interlocutor del enunciado previo. Aunque, tal como ocurre en algunos casos, el periodista muestre su disconformidad con respecto al contenido proposicional del enunciado anterior, esto no es más que una estrategia para atacar la imagen positiva del otro hablante ante su audiencia.

En definitiva, estas dos características de los actos disentivos emitidos por FJL -la intensificación de la fuerza ilocutiva y su finalidad estratégica- hacen que este aparezca como un tipo de comportamiento no adecuado y, por tanto, descortés en el contexto en el que nos encontramos.

A continuación analizaremos los recursos utilizados por FJL para expresar este desacuerdo total y estratégico hacia la persona a la que se alude. En un segundo apartado analizaremos estructuras que expresan el desacuerdo del periodista con respecto a sus propios oyentes.

#### **5.2.4.1. El desacuerdo con el político. Estrategias de enfrentamiento**

##### **5.2.4.1.1. Fórmulas negativas**

La negación es una forma común de expresar el rechazo ante una afirmación expresada con anterioridad. Como se afirma en la *Nueva Gramática de la lengua española* de la RAE (2010), las oraciones negativas tienen, entre otras funciones, la de expresar “que son falsos los estados de cosas descritos en las correspondientes afirmativas” (923). El enunciado disentivo

anula, por tanto, el valor de las palabras del otro locutor. En el ejemplo (286) observamos que la fuerza de esta negación puede aumentar si surge tras un conector consecutivo (*entonces*), que refleja que esta discrepancia del periodista nace, no del razonamiento subjetivo del periodista, sino de las palabras contradictorias de Mariano Rajoy.

286. *Me siento informado*↓/ dijo en el País↓/ *pero no sé si me cuenta todo*↓/// entonces no te sientes↓ (Cope, 03-11-07)

Este conector posee un uso muy común en la conversación, ya que, junto a su valor consecutivo, puede contribuir al progreso informativo, introduciendo nuevas informaciones sobre un mismo tema. A su vez, suele introducir enunciados disentivos, que, como afirman M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999), en ocasiones “permiten tomar como antecedente las palabras de un interlocutor sin comprometerse con su verdad” (4108).

Gracias a *entonces* se pone en evidencia la poca coherencia que albergan las palabras del político, y se justifica, por tanto, la discrepancia posterior del periodista, que aparece como lógica, y fruto de las propias incongruencias del líder del Partido Popular.

A pesar de que en esta cita se reproducen literalmente las palabras de Rajoy, existe cierta manipulación, ya que en las declaraciones originales las dos afirmaciones que aquí se achacan al político no aparecen seguidas. Sin embargo, FJL obvia el resto de las palabras, y coloca los dos enunciados seguidos, de manera que se vea de manera más clara la contradicción en la que el otro locutor recae.

Estamos, por tanto, ante un desacuerdo que toma como blanco el *dictum* o contenido de lo dicho en el enunciado del otro locutor. Sin embargo, observamos que esta reacción no se queda en la mera contradicción de posturas con respecto a un determinado tema. El verdadero blanco del hablante es su interlocutor, el político, al que pretende mostrar como alguien contradictorio e incongruente. Cuando en política se critica alguien por ser poco claro, nunca se hace de una manera inocente. Se da por supuesto que todos los dirigentes poseen la capacidad de expresarse con fluidez, por lo que se sugiere que la ambigüedad de su discurso es intencional. Si se es poco claro es porque se tiene intención de serlo, lo que conlleva pensar que no se desea transmitir toda la verdad a los ciudadanos. Es decir, en política, afirmar que alguien se contradice equivale a acusarle de mentiroso.



La fuerza ilocutiva del acto disentivo puede aparecer reforzada debido a la repetición del adverbio de negación. La expresión de rechazo tajante ante lo dicho parece clara:

292. *Todo el mundo está muy apegado a su autonomía*↓/// no no no/ Jaúregui↓/ todo el mundo está muy apegado a su pueblo/ a su comarca/ y a veces a su provincia↓/ ¡punto↓!/ como siempre desde hace siglos↓ (Es radio, 14-01-11)

La aparición del vocativo ayuda al oyente a reconocer al autor original de la cita, así como contribuye a intensificar la pose desafiante del periodista con respecto al político. En segundo lugar, y tras la firme oposición a las palabras del otro locutor, el periodista introduce un nuevo enunciado que supone una corrección con respecto a lo dicho por el político. Este enunciado rectificativo aparece, además, como una aserción enfática, ya que termina con la expresión coloquial de cierre ¡*punto!* Mediante esta expresión, que surge de la oralización del signo ortográfico de cierre, el hablante da por terminada la discusión, y tilda lo anteriormente expresado como la única verdad posible.<sup>197</sup>

En ocasiones, el autor original de las palabras que se pretenden rebatir no es una persona concreta, sino una entidad o grupo. En el siguiente caso, el periodista cita en estilo directo una opinión extraída del periódico *El País*, de ideología contraria a la de la cadena:

209. *Dice/ este es el programa secreto del PP*↓/// *va a privatizarlo todo*↓/// no va a privatizar naaada/ mendrugos↓ (Es Radio, 02-11-10)

Se observa con nitidez, junto al desacuerdo con respecto al contenido de lo dicho, la intención del hablante de desprestigiar al autor original de las palabras citadas, el periódico *El País*. La negación aparece reforzada ya que, junto al adverbio, encontramos el pronombre indefinido *nada*, enfatizado, además, gracias al alargamiento vocálico. Este alargamiento posee cierto valor modal, ya que refleja una actitud de cansancio o pereza del hablante, que tiene que volver a negar una opinión generalizada, ya que aparece con frecuencia en ciertos medios de la izquierda. El insulto final expresa de manera directa la intención del periodista de descalificar al periódico, y desprestigiarlo delante de su audiencia.

<sup>197</sup> El *DRAE* (vigésima segunda edición en [www.rae.es](http://www.rae.es)) califica *punto* como “hechos o palabras con que se da por terminado un asunto, una discusión, etc. En M. Moliner (2008[1966-67]) no encontramos esta expresión, pero sí su variante *punto final*, que hace referencia a “palabras con que se da por terminado algo, por ejemplo, una discusión” (888).

Otra de las formas para expresar la negación total del enunciado anterior consiste en utilizar, de manera irónica, lo que en apariencia sería un enunciado afirmativo y de conformidad:

293. Dice→// *no/ pero antes del final del año dirá algo*↓/// *ya ya*→/ el día de los Santos Inocentes↓/ probablemente↓ (Es Radio, 02-11-10)

El enunciado citado en estilo directo traduce las palabras de un miembro del Gobierno que afirma que el presidente Zapatero se pronunciará antes de finales de año sobre el asunto de su sucesión. Este primer enunciado ya aparece como una reacción por parte del político, que expresa su desacuerdo a ciertas habladurías que sugieren que Zapatero no quiere hablar de dicho tema. Tras ello, el periodista muestra su disconformidad con respecto a estas declaraciones, y lo hace de una manera tajante gracias a la ironía. Así, el hablante se desdobra, y aparece otro enunciador “ingenuo” que cree a pies juntillas lo emitido por el político socialista.

Entre los *indicadores de la ironía* (L. Ruiz Gurillo et al., 2004: 238), podemos citar la expresión geminada de la partícula *ya*. Según C. Fuentes Rodríguez (2009a), este elemento, que en origen es un adverbio de tiempo, puede aparecer en un enunciado reactivo como un operador modal que expresa aceptación o asentimiento. Sin embargo, para esta autora *ya también* suele utilizarse con valor irónico, expresando algo como “oigo tu intervención pero no la acepto”.

La aparición del adverbio de modalidad epistémica *probablemente*, también da pistas al oyente sobre la interpretación no literal del enunciado. C. Fuentes Rodríguez (1996d) afirma que este reformulador modal expresa una actitud de duda del hablante ante la aparición de un hecho, aunque, matiza, esta duda es escasa, ya que este se encuentra más cerca del “sí”. El periodista está lejos de creer que el presidente del Gobierno se vaya a pronunciar con respecto a ese tema. Es más, se muestra seguro de que no lo va a hacer, postura que queda confirmada debido a la aparición del complemento temporal con contenido burlesco en el que sitúa la acción sobre la que se discute: *el día de los Santos Inocentes*.

## 5.2.4.1.2. Aserciones que ponen de manifiesto la no veracidad del enunciado anterior

El hablante puede expresar su total oposición a lo expresado por el otro locutor tildando lo dicho de falso. Ya hemos hablado en alguna ocasión de la gravedad del acto que conlleva acusar al político de faltar al principio de veracidad. Aquí se hace de una manera indirecta, ya que no se insulta directamente al político, sino que se niegan sus palabras tildándolas de no ciertas. El ataque, en estos casos a la imagen positiva del dirigente, es especialmente dañino, ya que la sinceridad es una de las cualidades mínimas que la ciudadanía le exige a un cargo público. A este tipo de estrategia se refiere E. Miche (1998) como “refutación por paralogismo” (112), práctica habitual en el lenguaje parlamentario, donde suele aparecer debido a su enorme rentabilidad a la hora de desacreditar al adversario.

En el discurso de FJL, este tipo de descalificación de las palabras del otro suele mostrarse a través de enunciados breves y tajantes, que funcionan como una especie de etiqueta que define y desacredita las palabras del político, en este caso, de José Luis Rodríguez zapatero:

291. ¿Pero cómo tiene usted esa cara↑?/// *El Gobierno ya tiene posición*\\/// falso\\/// *la legitimidad la tiene la generalidad de Cataluña*\\/ *mentira*↓ (Es Radio, 13-01-11)

El periodista no se limita a definir como falsas declaraciones que se refieren a hechos. También tilda de no ciertas palabras que hacen referencia a opiniones personales, a posturas subjetivas que un determinado político adquiere sobre ciertos temas:

294. Con los terroristas no se puede pactar\\/// NUNCA/ NUNCA es NUNCA\\/// dice→/// *bueno*↓/ *es que si quieren dejar las armas*→/// *mentira*↓// si quieren dejarlas que las dejen\\/// no se puede pactar\\/// NUNCA↓ (Cope, 09-01-07)

Una de las directrices que se defienden desde el programa es no pactar nunca con terroristas, y así aparece expresada de manera tajante en la primera intervención, gracias a la repetición y a la subida entonativa del adverbio *nunca*. Como un argumento para defender esta tesis, el hablante pretende mostrar una opinión contraria, para luego deslegitimarla. Así, se citan las palabras que recogen la opinión de cierto sector que no está de acuerdo con esta

consigna. Estas son expresadas como una excusa o justificación que legitimarían este tipo de acciones.

En este fragmento observamos una estructura muy similar a la conversación: comienza con una intervención inicial, cuyo locutor es FJL, en la que se defiende sus tesis de no pactar con los terroristas. Tras ello, las palabras en estilo directo aparecen como una respuesta que matiza lo anterior, como observamos gracias al conector correctivo *bueno* (C. Fuentes Rodríguez, 2009a). Tras ello, el conector *es que* (C. Fuentes Rodríguez, 1997a, 2009a) introduce la causa o justificación por la que este segundo locutor disiente: *si quieren dejar las armas*. De nuevo FJL adquiere el papel de locutor, y muestra su desacuerdo radical con respecto a este punto de vista, tildándolo como falso. Desde un punto de vista lógico, no tiene sentido tildar una opinión como no cierta. La falsedad es una cualidad que se asigna a personas o hechos, no a posturas o posicionamientos con respecto a determinados temas. Aquí el término falso equivale a erróneo, expresando que la postura que defiende el otro hablante - que se puede pactar con terroristas si dejan las armas- resulta totalmente equivocada.

#### 5.2.4.1.3. Alo-repeticiones interrogativas

La repetición es una estrategia discursiva que consiste en la sucesión de dos o más segmentos que cuentan con una parte o con la totalidad de sus elementos comunes (P. Garcés, 2011: 365). Son diversas las funciones que esta estrategia puede tener a nivel textual. Como vimos en (5.2.1.6.1.), una de ellas consiste en intensificar la fuerza ilocutiva de un enunciado, de modo que la aserción aparezca como más firme y tajante. En otros contextos, puede llevar a cabo una función dentro de la estructura informativa, contribuyendo a expresar el inicio, el desarrollo o el cierre de un tema.

Nosotros nos centraremos aquí en las funciones que esta estrategia puede tener dentro de la estructura interactiva. Hablamos, por tanto, de enunciados en los que se repite, total o parcialmente, lo dicho en una intervención anterior emitida por otro hablante. Entre las denominaciones más frecuentes que se han utilizado para etiquetar este tipo de procedimiento encontramos la de *contrucciones eco* (D. Dumitrescu, 1978; G. Reyes, 1994; G. Herrero Moreno, 1995), hetero-repeticiones (D. García Silva, 2000) o *alo-repeticiones* (D. Tannen, 1987a,b; M. Bernal, 2005b; D. Dumitrescu, 2008).

Como venimos observando en relación a los otros procedimientos propios del diálogo, estas alo-repeticiones también tendrán un funcionamiento algo especial en nuestros textos. Hemos visto que los diálogos que aparecen en el *comentario editorializante* de FJL son recreados o ficcionalizados, es decir, originados por el mismo sujeto empírico (O. Ducrot, 1984). Sin embargo, la aparición de varios locutores que intercambian intervenciones, originando una estructura similar a la del diálogo, hace posible que aparezcan estas construcciones ecoicas. Así, podremos encontrar que en un enunciado se repite, total o parcialmente, un segmento emitido en un enunciado anterior donde se reproducen, en estilo directo, las palabras de un determinado político. En este tipo de textos se intenta recrear la estructura de la conversación, así que estas repeticiones se producen entre dos (inter)locutores distintos. En este sentido, nos permitiremos hablar de alo-repeticiones. Debemos, por tanto, superar la definición que caracteriza a este tipo de estrategias como la repetición de cierto segmento por parte de un hablante distinto. Para que surjan estos enunciados eco o alo-repeticiones basta con que el responsable del segmento repetido sea distinto al que lo emitió en origen, aunque ambos estén dentro de un discurso originado por el mismo sujeto.

W. Beinhauer (1991[1963]) comenta que es propio del español coloquial que el hablante repita las palabras de su interlocutor. Este tipo de estrategias tiene, según este autor, su origen en la intensidad afectiva que caracteriza a este tipo de registro.

Para A. M. Vigara (1992), cuando el hablante repite las palabras de su interlocutor, lo hace cumpliendo el principio cooperativo que rige en toda conversación. De este modo, esta estrategia surge como un automatismo que reproduce más o menos literalmente una forma previamente escuchada al otro, con quien comparte el mismo contexto. Según G. Herrero Moreno (1995), es cierto que la aparición de ciertas construcciones eco puede deberse a cierto automatismo, pero, al mismo tiempo, surgen con una doble finalidad: por un lado, tienen un valor fático, ya que son una muestra de que el oyente está atento a lo dicho por su interlocutor; por otro lado, suponen un elemento esencial a la hora de asegurar la cohesión discursiva en la conversación.

En nuestra opinión, este valor fático es más común en el caso de construcciones eco de modalidad declarativa:

295. A: Estuve en Caracas y luego pasé dos meses en México.

B: Pasaste dos meses en México

A: Sí/ porque allí tenía amigos de la Universidad<sup>198</sup>

Sin embargo, en las construcciones eco que poseen una modalidad exclamativa o interrogativa, los valores discursivos se vuelven más complejos, debido a la mayor carga ilocutiva expresada.

Nosotros nos centraremos en las alo-repeticiones interrogativas, que son las que encontramos con más frecuencia en el discurso de FJL. Dentro de estas podemos distinguir entre las alo-repeticiones que esperan realmente una respuesta, por un lado, y aquellas formadas por una interrogación retórica, por otro. Las del primer tipo, además de funcionar como comprobativos conversacionales, es decir, con el valor fático del que antes hablábamos, pueden surgir con la finalidad de dar la oportunidad a su interlocutor de que auto-arregle un enunciado “defectuoso” o poco claro.

296. A: Lady Gaga siempre está en el candelabro

B: ¿Lady Gaga siempre está dónde?

A: En el candelero/ hombre/ en el candelero<sup>199</sup>

Por otro lado, las alo-repeticiones que no esperan respuesta pueden utilizarse para expresar una amplia gama de actitudes afectivas. D. Dumitrescu (2008) afirma que esta carga modal de la repetición puede llevarla a expresar “toda una gama de funciones, desde expresar empatía y acuerdo hasta señalar rotundo desacuerdo, pasando por numerosos matices intermedios, como solidaridad, aprobación, ironía, burla a base de imitación, sorpresa, protesta, desaprobación, reproche e irritación” (662).

El valor discursivo fundamental que esta estrategia adquiere en el discurso de FJL es el de expresar rechazo total ante un enunciado anterior. Esto no impide que, junto a esta función textual, la estructura geminada exprese otra serie de matices afectivos, como la sorpresa o la indignación.

En ocasiones se ha intentado explicar la aparición de estas construcciones eco como consecuencia del principio colaborativo que rige toda conversación. Esto, indudablemente, es

---

<sup>198</sup> Ejemplo tomado de G. Herrero Moreno (1995: 129).

<sup>199</sup> Ejemplo de propia creación.

así en determinados contextos, pero no en un discurso polémico como el nuestro, donde el hablante intenta desacreditar la imagen del adversario a través de la descalificación de su discurso.

Algunos autores han puesto de manifiesto el valor descortés de este tipo de estrategias (H. Haverkate, 1994; M. M. Camacho-Adarve, 2003; M. Bernal, 2005b). D. Dumitrescu (2008), por ejemplo, afirma que estos actos suponen una amenaza a la imagen, ya que “ponen en tela de juicio o atacan claramente la credibilidad del interlocutor [...] o sea, que lastiman su imagen positiva y cumplen una función desafiliativa” (663). Desde nuestro punto de vista, resulta imposible asignar a ciertas estructuras cualidades más o menos corteses, afiliativas o de cooperación, sin tener en cuenta el contexto interaccional en el que estas surgen, ya que este contribuye de manera decisiva a los efectos que producirán en un receptor concreto.

Como ya hemos comentado, estas alo-repeticiones pueden ser totales o parciales, según imiten el enunciado anterior completo, o se centren en un elemento concreto del mismo. Por otro lado, al segmento repetido se le puede añadir o no, algún elemento nuevo, normalmente para intensificar el valor (de acuerdo, de discrepancia, de indignación...) de dicha estrategia. En ese sentido, se habla de alo-repeticiones modificadas o idénticas. En el caso del discurso de FJL, encontramos siempre repeticiones parciales modificadas. Es decir, el periodista toma parte de las palabras del político y las repite dentro de una construcción interrogativa, pero añadiendo alguna construcción que refuerza el valor disensivo de esta geminación. Son numerosos los ejemplos en los que la pregunta va iniciada por el adverbio interrogativo *cómo*, que subraya la extrañeza del hablante ante la utilización de dicho término en el discurso anterior:

297. ¿Y por qué mandan a hablar al pobre Jaúregui↓?/// bueno↓/ ya lo han visto↓/ estaba nerviosos como un adolescente en su primera cita↓/ ¿y qué decía↓/? pues bobadas/bobadas↓/// *lo hemos hecho de la manera más normal*↓// ¿pero cómo va a ser normal el estado de alarma/ Ramón↑?/// ¿pero cómo va ser normal si dices que estamos ante una crisis gravísima↓/ con unos efectos que pueden ser demoledores/ terribles y catastróficos↓?// ¿cómo va ser normal↓? (Es Radio, 17-12-10)

Tras la reproducción en estilo directo de las palabras del político socialista, el hablante expresa su rechazo total a las mismas, focalizando su discrepancia en el término *normal*, a su parecer, el más inadecuado para definir una situación como el estado de alarma del Gobierno

tras una huelga de controladores aéreos. Junto al desacuerdo, la estructura interrogativa expresa la indignación del hablante ante la utilización de dicho término. La fuerza ilocutiva de este tipo de actos aparece subrayada por la aparición del adverbio interrogativo *cómo*, así como por la repetición de la estructura interrogativa, que aparece hasta en tres ocasiones. La primera alo-repetición aparece introducida por el conector *pero*. Su aparición se debe a su valor como conector contra-argumentativo, que, además de señalar un enunciado antiorientado al anterior, asigna una mayor relevancia al segundo de ellos. En la segunda estructura interrogativa el periodista aporta, a través de una construcción condicional, un argumento que justifica su oposición a lo dicho por el otro locutor: *estamos ante una crisis gravísima* [...]. La intervención se cierra con una tercera pregunta ecoica, ya sin ningún tipo de argumento añadido.

En el siguiente fragmento, el periodista muestra su indignación y rechazo ante unas palabras de Rajoy, que se encomendaba a Dios a la hora de vaticinar el futuro de España:

298. Rajoy se ha encomendado al Altísimo↓/ no deja de ser una forma de descansar→/Dios proveerá↓/ luego lo oirán↓/ ¿pero cómo que Dios proveerá↑?/ ¿entonces para qué te pagamos el sueldo↑? (Es Radio, 01-12-10)

La construcción eco interrogativa presenta las palabras del político como in adecuadas, poco apropiadas. Tras ello, el hablante lanza una interrogación retórica en la que justifica su desacuerdo, mostrando que un político, al que todos los ciudadanos pagan, debe dar una serie de explicaciones más serias ante aspectos tan importantes como el devenir del país.

En el siguiente fragmento se critica una intervención del ministro del Interior, en la que declaraba que creía que no existían contactos entre un preso etarra y su entorno:

299. Esto es otra tomadura de pelo de Rubalcaba↓/// dice *CREO que no hay*→/ Zapa→/ dice Rubalcaba/ Zapacaba iba a decir↓/// *creo*→/// primero este no cree en nada excepto en sí mismo↓/// y después/ ¿pero cómo que creo↓?/ o se hace o no se hace↓ (Es radio, 12-01-11)

El periodista pretende poner de manifiesto las contradicciones de las declaraciones del político, que, según él, se expresa de una manera ambigua. Por ello, el blanco del desacuerdo se focaliza en la expresión *creo*. FJL, por tanto, exige a Rubalcaba claridad, es decir, le pide que exprese sin dubitaciones si hubo o no entrevistas entre este preso y sus abogados. Tras la



cita, aparecen dos argumentos distribuidos en el texto a través de los conectores organizativos: *primero... después...* El primero de ellos es un ataque directo a la imagen del político (*este no cree en nada*). El periodista juega con la polisemia del verbo *creer*. Este es utilizado por el político con el significado de “pienso o tengo dudas sobre algo”, pero el hablante lo utiliza en su acepción de “poseer determinadas creencias o ideología”. De esta forma, se presenta al político como alguien sin ningún tipo de principios, es decir, como alguien poco fiable. Tras ello, aparece la alo-repetición interrogativa, que supone un ataque indirecto a Rubalcaba a través del rechazo de su discurso: *¿pero cómo que creo?* De esta manera se le exige claridad y sinceridad hacia los ciudadanos.

Como indicamos anteriormente, el periodista también puede expresar su desacuerdo con respecto a unas declaraciones que no aparecen mediante un enunciado cita, sino a través de un corte grabado de las propias palabras del protagonista. En el siguiente caso, FJL intenta mostrar lo poco adecuado de unas palabras del ministro del Interior, a través de las que dice sentirse “tranquilo” y “relativamente contento” ante la tregua de la banda terrorista ETA:

300. *¿Cómo vas a estar tranquilo↓/ cómo vas a estar relativamente contento↑/ insisto→/ cuando ves/ que va a sumergirse/ unos cuantos meses la banda criminal para rearmarse y matar impunemente a más gente↑?* (Es Radio, 11-01-11)

La construcción eco interrogativa muestra la perplejidad y rechazo total del periodista ante este tipo de expresiones utilizadas por el político. La poca idoneidad de sus palabras se justifica a través de un argumento encerrado en una estructura temporal- condicional. Es decir, según el presentador, no se puede estar contento “cuando” (*si*) sabes que esta tregua es solo para que la banda se rearme y siga matando.

También podemos encontrar alguna alo-repetición idéntica, es decir, en la que el otro interlocutor reproduce fielmente y sin añadir nada cierto segmento del enunciado de otro:

301. *¿Utilización partidista del terrorismo↑? ¿Has dicho utilización partidista del terrorismo↑? trece M↓/ trece M↓/// tú/ llamando el día once M a los medios de comunicación↓/ hablando de terroristas suicidas↓* (Cope, 23-04-07)

El periodista expresa su rechazo ante una expresión utilizada por el ministro del Interior, y que ha aparecido en el programa a través de un corte grabado con sus declaraciones. Tras la

primera construcción eco, aparece una segunda con cierta modificación. En ella apreciamos un refuerzo enunciativo, debido a la explicitación del verbo que introduce el *dictum* (*has dicho*), que subraya lo poco apropiado del acto mismo de decir, en definitiva, lo inadecuado de emitir dicha expresión. Tras ello, las palabras son utilizadas como ataque hacia su autor original, y son lanzadas para hacer mella en la imagen del ministro.

Es frecuente encontrar en el discurso de FJL la utilización estratégica de ciertas expresiones emitidas por otro para devolverlas como arma arrojadiza, y lanzarlas de nuevo hacia su autor original. Se pone de manifiesto con esto, no solo lo inadecuado de estas palabras, sino que su efecto perjudicial podría ser aplicado, más bien, a la propia persona que las utilizó en principio. El hablante aprovecha, por tanto, la fuerza de un término que el político ha utilizado como ataque a otro para devolver esa afrenta al primer interlocutor. Esto sucede en el siguiente fragmento, en el que se repite la palabra *pobreza*, que ha sido utilizada con anterioridad por un diputado de Convergencia y Unió. Este, a través de unas declaraciones emitidas en el programa, expresaba su rechazo con respecto a una propuesta que promovía la bajada de salarios de los políticos, argumentando que no quería ver a diputados pobres en la cámara:

302. ¿Y tú hablas de pobreza↑/ tú que vives en una suite del Palace↑? [...]UNA SUITE DEL PALACE↓/ que es que vive como un rajá↓/ pero como un rajá de verdad↓ (Es radio, 27-01-11)

La alo-repeticion interrogativa pone de manifiesto el rechazo total del hablante ante la expresión utilizada por el político. A su vez, el presentador se muestra sorprendido e indignado, debido a la utilización de dicho término. El dirigente aparece como el menos adecuado para utilizar la palabra *pobreza* para referirse a los políticos. La imagen de este aparece, por tanto, seriamente dañada, ya que se le presenta como alguien que está muy lejos de acercarse a ese nivel de escasez económica, y que, por el contrario, lleva una vida cercana al lujo y a la abundancia.

#### 5.2.4.1.4. Marcadores apelativos de rechazo

FJL también puede expresar su rechazo ante las palabras del otro a través de ciertas partículas apelativas especializadas en expresar esta función en la interacción. Un de ellas es *anda ya*, expresión interjectiva que proviene de la gramaticalización de un verbo a partir de su

forma imperativa. La forma verbal original evoluciona hasta funcionar como un apéndice apelativo exhortativo que anima al interlocutor a llevar a cabo alguna acción (E. Alcaide Lara, 1996; M. A. Martín Zorraquino-J. Portolés, 1999). Tras ello, y en convivencia con el valor anterior, puede adquirir cierto sentido irónico, por lo que, sin perder su carga apelativa, llega a expresar cierta disconformidad con respecto a lo dicho por el interlocutor. C. Fuentes Rodríguez (2009a) indica que puede ser utilizado como “forma de rechazo de la persona a quien se apela [...]”, dando como resultado una forma a través de la que el hablante se impone al otro, “[...] en actitud descortés, de rechazo” (45). En esta misma línea, M. Moliner (2008[1966-67]) indica que *anda* (combinado o no con el adverbio *ya*) “se emplea para mostrar incredulidad o para rechazar a alguien con fastidio o desprecio”, llegando incluso a producir “expresiones despectivas achuladas” (176).

43. *Que vamos a desclasificar los papeles del 11 M*↓/// *anda yaaaa*→/ Esteban↓/// *quien no te conozca que te compre*↓ (Es Radio, 02-11-10)

El hablante se muestra desafiante y retador a la hora de expresar su rechazo total ante la afirmación de González Pons, en la que se compromete a desclasificar los documentos referidos a los atentados del once de marzo en Madrid. El alargamiento vocálico contribuye a enfatizar esta actitud “chulesca” a la que se refería M. Moliner. El periodista no cree que el político vaya a cumplir lo que promete, y muestra su total desconfianza hacia él. En definitiva, proyecta una imagen negativa, poco fiable de este ante su audiencia.

Todo el fragmento posee un enorme sesgo coloquial. A la partícula interjectiva, reforzada gracias al alargamiento vocálico, el periodista añade una expresión popular (*quien no te conozca que te compre*), que se utiliza para cerrar una determinada conversación, expresando la total desconfianza ante la persona que se tiene en frente.

La partícula interjectiva *oiga* también contribuye a resaltar la postura beligerante o de claro enfrentamiento del periodista, que muestra su total disconformidad ante las palabras de otro. M. A. Martín Zorraquino y J. Portolés (1999) comentan que *oye* (así como su variante formal *oiga*) puede expresar la discrepancia del oyente, que, además, da rienda suelta a su protesta o enfado, y se dirige con tono agresivo al interlocutor.

En el siguiente fragmento, FJL muestra su rechazo ante la utilización de la palabra *unidad* por parte de Marcelino Iglesias, secretario de organizaciones del PSOE:

197. Esta historia/ ese discurso de Zapatero de la/ U NI DAD↓/// oiga↓/ yo no tengo ninguna unidad con usted↓/ ni con Batasuna/ ni con el PNV↓/// usted únase a Otegi↓/ únase a Urcullu/ y únase a de Juana Chaos↓/// pero conmigo no se une↓ (Es Radio, 13-01-11)

Para M. J. Cuenca y M. J. Marín (2000), el uso como marcador de estos verbos de percepción siempre implica cierta intención por parte del hablante de ralentizar el discurso, o, al menos, “de pedir un cambio, ya sea de emisor, de receptor, de orientación argumentativa o de tema” (233). El hablante parece no poder permitir por más tiempo que continúe la intervención de su interlocutor, y siente la necesidad de mostrar su firme oposición a lo dicho por este. El repudio del hablante no va dirigido solo hacia las palabras del dirigente socialista, sino que parece extenderse al propio autor de las declaraciones.

Entre los muchos valores que puede adquirir la partícula *hombre* destacaremos aquí su función como partícula interjectiva que marca el desacuerdo. La categoría de interjección que asignamos a esta unidad en algunos contextos se deriva de que puede formar un enunciado independiente, como se demuestra por el hecho de que, en ocasiones, aparece aislado. Sin embargo, nosotros lo hemos encontrado acompañando a otro enunciado, que supone un rechazo de las palabras de otro.

La partícula *hombre* puede tener usos atenuadores o intensificadores, y, desde un punto de vista afectivo o modal, puede expresar desde alegría, sorpresa hasta desacuerdo o contrariedad (M. J. Cuenca-M. Torres, 2008). En este sentido, cobra especial relevancia las características entonativas del elemento. Según C. Luna (1996), su uso expresivo responde a un tono ascendente-cadente, típico de la modalidad exclamativa. La diferencia radica en que, cuando *hombre* expresa alegría, su duración es mayor que cuando expresa desacuerdo, dando como resultado una curva melódica que transcurre en un menor tiempo.

Se ha destacado el efecto cortés de esta unidad. Esto se debe a que su aparición supone un cierto refuerzo a la imagen del interlocutor (M. A. Martín Zorraquino-J. Portolés, 1999). Este valor se produce en contextos donde *hombre* sirve para atenuar un determinado acto reactivo. En el siguiente ejemplo, sin embargo, es un elemento que refuerza e intensifica el desacuerdo, y que incluso dota al enunciado que sigue de un cierto carácter desafiante:

13. Pero hombre↑/ pero si eres el del Faisán↑/ pero vamos a ver↓/ Rubalcaba↓/ ¿tú es que te crees que hay cosas que se olvidan↑? (Es radio, 12-01-11)

En este caso *hombre* va precedido del conector *pero*, que pone de manifiesto la orientación argumentativa opuesta con respecto a lo dicho en el anterior enunciado, que aparece dentro de unas declaraciones de Rubalcaba en las que el ministro defendía su labor contra la banda terrorista ETA. Su rechazo total a las palabras del ministro aparece de nuevo argumentado dentro de una estructura condicional (*si eres el del Faisán*) de claro carácter causativo, estructura que posee, además, el valor de reforzar la verdad del argumento<sup>200</sup>.

Tras ello, encontramos otro marcador de rechazo introducido también por *pero*. Nos referimos a la expresión *vamos a ver*. Para A. Briz (1994) esta unidad puede funcionar como un conector que, en el diálogo, tiene la capacidad de introducir réplicas o desacuerdos. E. Brenes Peña (2008) describe un amplio abanico de valores y funciones discursivas de *vamos a ver*. De entre todos ellos, nos interesa destacar su capacidad para, dentro de una estructura interactiva, cortar o interrumpir de manera brusca un discurso ajeno, y expresar así un rechazo total con respecto a este (Ibid. 83). En el siguiente ejemplo podemos observar que esta unidad introduce un enunciado reactivo, respuesta a las declaraciones emitidas anteriormente en el programa, en las que un ministro defendía la firmeza del Gobierno:

303. Vamos a ver↓/ usted/ está/ mintiendo/ señor ministro↓/ diciendo que el Gobierno ha tomado una posición↓ (Es Radio, 13-01-11)

La aparición de la primera persona del plural podría hacernos pensar que esta unidad posee cierto efecto solidario, ya que puede utilizarse para hacer partícipe al oyente. Sin embargo, y tal como afirma M. T. Llorente (1996), *vamos a ver* dota a la discrepancia un tono agresivo y áspero, que puede dar como resultado una amenaza mayor a la imagen del interlocutor.

El comportamiento discursivo de esta unidad apunta a una doble dirección. Por un lado, surge como reacción y rechazo ante un enunciado anterior emitido por otro locutor, por otro, introduce la réplica o argumento que pone de manifiesto lo erróneo, inadecuado o falso de aquel.

En el siguiente caso, el hablante se muestra contrariado ante unas declaraciones de Ramón Jaúregui en las que censura ciertas críticas de la prensa hacia su Gobierno:

<sup>200</sup> E. Montolío (1999: 3718) afirma que, en enunciados como *si tienes menos de un cinco no puedes aprobar*, se observa la evidencia de que las construcciones causales y condicionales comparten la misma noción semántica: causa-efecto. Solo se diferencian en que, mientras en las primeras la causa se aserta dentro del mundo real, en las condicionales se presenta como una incertidumbre en un mundo posible.

151. Vamos a ver↓/ Ramón/ Ramón/ Ramonazo↓/// en una democracia/ uno dice lo que le da la gana↓ (Es Radio, 26-11-10)

Junto a la rectificación, *vamos a ver* enfatiza la contrariedad del hablante, así como el ataque frontal no solo a las opiniones vertidas, sino hacia la propia figura del político, al que se señala directamente a través de la repetición del vocativo, el último, incluso, con sufijación despectiva.

#### **5.2.4.2. El descuerdo con sus oyentes. La búsqueda de complicidad**

Pero FJL no solo “se adueña” de la voz del político o personaje que sufre sus críticas. También encontramos ejemplos de discurso referido en el que el periodista reproduce palabras o pensamientos hipotéticos de su audiencia. Este carácter hipotético de la cita aparece remarcado a través del tiempo futuro del verbo *dicendi*:

118. *Pero si con la ETA no se puede pactar*↑/ dirán ustedes↓<sup>201</sup>/ que es lo que piensa la gran mayoría↓/ naturalmente↓ (Cope 10-01-07)

La escuela de Ginebra bautizó este tipo de estrategias como discurso *reproducido potencial*, en oposición al *discurso reproducido efectivo*. (E. Roulet, 1999: 177). Para C. Maldonado (1999) estamos ante “citas prospectivas”, frecuentes en la conversación, y que “reproducen una situación de enunciación futura que el hablante prevé, pero que todavía no ha tenido lugar” (3555).

Este tipo de movimientos discursivos forma parte de un intento del presentador de colaborar con sus oyentes, y hacerlos así partícipes de la propia elaboración del texto. Teniendo como máxima el ya citado principio de cooperación, el periodista intenta que el entramado argumentativo no aparezca como nacido de manera exclusiva de su mente, sino de una serie de ideas o posturas que el oyente comparte y de las que también es responsable.

Normalmente el hablante reproduce, a través del estilo directo, un enunciado que hace referencia a unas palabras o pensamientos supuestos del oyente, que le sirven para apoyar una

---

<sup>201</sup> Esa estrategia consistente en señalar a su audiencia o la comunidad como fuente de lo dicho será estudiada con detenimiento en (5.2.4.2.)

determinada idea que se está defendiendo a lo largo del discurso. La postura del locutor-oyente y locutor-periodista coinciden, por lo que la primera funciona como un argumento coorientado que apoya la tesis defendida por FJL. Este argumento encerrado en la cita, al no aparecer como fruto del razonamiento del periodista, sino que tiene su origen en el sentido común, o al menos, en la creencia general de su audiencia, adquiere una mayor fuerza argumentativa, y será, por tanto, más eficaz. Entre ambos enunciados, el referido y el comentario posterior del periodista, se produce, por tanto, un acuerdo o identificación total. Tanto es así, que las palabras reproducidas pueden incluso apoyar cierto sentimiento del periodista. En el siguiente fragmento, por ejemplo, el hablante expresa su indignación ante la política antiterrorista del Gobierno. En vez de restringir este sentimiento a su subjetividad, el presentador lo extiende y lo presenta como padecido por su audiencia:

133. Y dirán ustedes→/ *¿pero cómo va a seguir igual ↑/ después de haber puesto un coche bomba↑/ matar a dos ecuatorianos↑/ no matar a doscientos/ pues/ de milagro↑?/ ¿cómo va a seguir igual↑?/ pues sí/ sigue igual↓/// mejor dicho/ sigue peor↓* (Cope, 10-04-07)

El presentador se apoya en la ira e incredulidad que, según él, debe sentir la mayoría de su audiencia ante la política antiterrorista del Gobierno. Tras la cita, el periodista adquiere de nuevo el papel de locutor, y responde a sus oyentes, mostrándoles su solidaridad, y apoyando este sentimiento de enfado que encierra la interrogación retórica.

FJL maneja las voces y opiniones de sus oyentes, estrategia que, lejos de mostrarse como impositiva o descortés, parece no molestarles. El periodista es consciente de la afinidad ideológica que mantiene con estos, y sabe de qué tipo de argumentos les puede hacer responsables. Tanto es así, que este discurso hipotético puede incluso encerrar un argumento ejemplo que complementa el razonamiento del periodista:

304. Gil Lázaro↓/// le montaron un pollo/ en el parlamento/ los sociatas↑/// para proteger al responsable del caso Faisán↑/// y Rubalcaba/ AMIGO Rubalcaba/ como sieceempre/ en cuanto le aprietan huye↓/// dirá alguno→/ *claro↓/ los ofidios↓// o sea las culebras/ serpientes/ etcétera/ ya se sabe↓// pisa la cola y sssshhhp↑/ salen zumbando↓/// ayer hizo eso Rubalcaba↓* (Es Radio, 26-01-11)

Tras tildar de cobarde al ministro del Interior, el nuevo locutor de la cita, su oyente, aparece en total acuerdo con lo dicho, como se observa a través de la aparición de *claro*, operador moralizador de la evidencia, que indica una reafirmación de lo anteriormente expresado (C. Fuentes Rodríguez, 2009a: 67). Tanta es la adhesión de este hipotético oyente, que incluso “se le ocurre” introducir una comparación degradante que complementa la argumentación anterior, y en la que se relaciona a Rubalcaba con ciertos ofidios.

Pero en estas dramatizaciones o diálogos recreados con el oyente no siempre parece reinar el acuerdo. En ocasiones, encontramos actos claramente disintivos:

42. Todo lo que han contado es MENTIRA↓/// dirán ustedes→// *hombre*↑/ *algo de verdad* *habrá*↑/// ahí lo único verdadero son los doscientos muertos y los heridos↓/// todo lo demás es MENTIRA↓ (Cope, 23-04-07)

La primera intervención que encontramos en este diálogo recreado es responsable del propio periodista, que afirma que todo lo que el Gobierno ha contado acerca de los atentados del once de marzo es mentira. Tras ello, este locutor ficticio que representa al oyente expresa su desacuerdo con respecto a la intervención anterior. Ya indicamos *supra* que *hombre* posee, entre sus muchos valores, el de introducir un enunciado reactivo, en este caso, atenuando la amenaza propia del mismo, ya que su autor se muestra moderado a la hora de expresar su desacuerdo.<sup>202</sup>El futuro hipotético del verbo (*habrá*) también atenúa la fuerza asertiva de dicho enunciado refutativo. De igual forma, construcciones del tipo *algo de bueno tendrá*, o, como observamos en nuestro ejemplo, *algo de verdad habrá* (*algo* + valoración positiva + futuro de posibilidad), son propias del registro coloquial, y se utilizan habitualmente para neutralizar un argumento totalizador, es decir, de un objeto, acción o persona que aparece totalmente desacreditada, se rescata algo positivo. Así, esta cualidad que se le asigna al Gobierno aparece como mínima, pero lo bastante positiva para ser aceptada. Nos encontramos, por tanto, ante expresiones que marcan suficiencia desde un punto de vista argumentativo, como observamos en el siguiente ejemplo tomado del Corpus de Referencia del Español Actual:

---

<sup>202</sup> Según J. Portolés y M. A. Martín Zorraquino (1999) la partícula interjectiva *hombre* puede servir para “atenuar, en las intervenciones reactivas, la expresión de la disconformidad” (4173).



305. La Sardá está un poco pasada/ esto es cierto/ pero como estos días ha repartido presentes entre todos los directivos de televisión/ algo de futuro tendrá (CREA, “Ahí te quiero ver”, 03-01-85, España)

Volviendo al ejemplo (42), tras las palabras en las que este supuesto oyente muestra cierta benignidad hacia Gobierno, el periodista se muestra también en desacuerdo con este, y lo justifica introduciendo un argumento emocional (“*ad misericordiam*”): *ahí lo único verdadero son los doscientos muertos y los heridos*. Este tipo de justificaciones supone, según V. Lo Cascio (1998[1991]), una falacia que “va dirigida no tanto a demostrar la validez de la opinión sostenida, sino a adherirse o a hacer adherir a ella por sentimiento de compasión” (294). Tras ello, y en un último enunciado, el periodista continúa con su argumentación inicial, en la que sigue afirmando que el Gobierno no ha hecho más que mentir en este asunto.

Mostrando este tipo de desacuerdo con el oyente, el periodista no pretende, por supuesto, atacar la imagen de su audiencia. Estamos ante una estrategia a través de la que el hablante crea un locutor ficticio, un supuesto oyente ingenuo que otorga una mínima, aunque suficiente, credibilidad a las palabras del Gobierno. Pero el periodista no puede permitir eso, y anula hasta esa mínima confianza de su audiencia, dinamitando completamente la imagen del PSOE mediante su intervención reactiva final. Este tipo de actos disintivos con respecto a su audiencia, son, en el fondo, un ardid para, a través del desacuerdo con un locutor ingenuo, desarticular una evidencia, una creencia general que puede persistir en sus oyentes, y que hace referencia a algún aspecto no negativo de las personas a la que pretende criticar. El ataque, por tanto, de FJL es total y absoluto, sin medias tintas. La imagen del otro, sobre todo del Partido Socialista, no puede parecer positiva en ningún aspecto. Como resultado tenemos un discurso radical y maniqueo, que sirve como reclamo a cierto sector de la sociedad cercano ideológicamente. Sin embargo, el carácter sentencioso y dicotómico del mismo hace que sea rechazado por cierto sector de ideología contraria, e incluso no aceptado por personas situadas en una posición política más de centro o moderada.

Vemos, por tanto, que cuando FJL rectifica un supuesto discurso de sus oyentes, no pretende ser descortés con ellos, sino que utiliza este desacuerdo como una mera excusa, un giro indirecto para criticar y desprestigiar con agresividad la labor de su verdadero objeto discursivo: normalmente el Gobierno socialista. Como la crítica surge de desactivar una

creencia que parte del sentido común de los oyentes, esta aparece como inesperada y absoluta, y su efecto descortés hacia el partido, es, por tanto, mayor.

Además de dotar de una mayor fuerza a ese ataque a la imagen del grupo o persona de la que habla, FJL intenta, mediante estas estrategias, implicar al oyente, pedirle su colaboración y hacerle cómplice de sus ataques. Podemos afirmar, por tanto, que estamos ante un tipo de “desacuerdo cooperativo”, siguiendo la expresión utilizada por G. Herrero Moreno (2002: 240).

Debido a que el verbo *dicendi* que introduce la objeción del oyente suele estar en futuro, el periodista parece que se adelanta a posibles objeciones de sus oyentes para rebatirlas antes de que estas surjan. E. Miche (1998) define este tipo de desacuerdo como “refutación por falsa prolepsis” (119). Esta estrategia, según esta autora, de uso frecuente en el discurso parlamentario, consiste en anticipar un posible contra-argumento que podría más adelante aparecer en contra de una tesis propia.

80. Ayer dijo una cosa y la contraria con veinte segundos de diferencia↓/// dirán ustedes/ *no puede ser*↓/// pues sí señor↓ (Es Radio, 03-11-10)

El presentador se antepone a posibles objeciones de sus oyentes (*no puede ser*), que encarnan creencias lógicas o aparentemente evidentes, y dotan de un carácter sorpresivo a la crítica previa. Al quedar anulado este posible argumento contrario gracias al enunciado reactivo final (*pues sí señor*), la tesis defendida por el periodista, es decir, que Zapatero se contradice hasta con veinte segundos de diferencia, adquiere una mayor fuerza, y el daño a su imagen se intensifica.

Cualquier afirmación, por poca fuerza que tenga, que pueda llevar al oyente a pensar que el PSOE no es perjudicial para España debe ser anulada. Tanto es así, que el periodista ni siquiera puede permitirse que el oyente se plantee la más mínima duda al respecto:

306. Este PSOE no tiene cabeza↓/// dirán ustedes→/ ¿y corazón↑?/// je je/ no me hagan reír↓ (Es Radio, 31-01-11)

Tras la afirmación en la que FJL presenta al grupo socialista como un partido sin ideas, aparece la cita, en la que se explicita, a través de una interrogación, una posible duda que puede asaltarle al oyente: ¿y corazón? La respuesta es obvia, tanto que el presentador solo

introduce una risa irónica<sup>203</sup>, que tilda la pregunta anterior como absurda, debido a su obvia respuesta: no solo nos gobierna un partido sin ideas y sin talento, sino que, además, está despojado de piedad y consideración hacia los ciudadanos.

FJL no da cabida a que ninguno de sus oyentes, por muy ingenuo que pueda ser, tenga la menor duda sobre la naturaleza nociva de la persona o grupo que desea desacreditar, en especial, el Partido Socialista.

---

<sup>203</sup> La gramaticalización de la manifestación de la risa con intención irónica ha originado ciertas expresiones interjectivas en español con valor refutativo, como *¡je!* o *¡ja!*. Esta última, según E. Alcaide Lara (1996), “es una interjección típica de rechazo con matices de ironía” (296).



## **CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES**

“Aunque los conflictos -y por ello la agresividad- no pudieran ser erradicados de la naturaleza humana, sí podríamos tener suficientes instrumentos en nuestra mano como para intentar regularlos de una manera más cooperativa, creativa e integradora. En esta línea, por ejemplo, los medios de comunicación social podrían servir para facilitar una mejor y más eficaz comprensión de la realidad colectiva y una asunción no destructiva de la diversidad” (L. GONZÁLEZ BALLESTEROS [et al.], 1993: 121).



El objetivo que ha guiado nuestro estudio ha sido analizar la descortesía verbal manifestada en el discurso radiofónico de opinión y de tema político. Para ello hemos considerado necesario realizar, en primer lugar, una descripción histórica de los principales autores que han tenido como objetivo caracterizar este fenómeno. Haciendo un repaso a los principales estudios y teorías, hemos intentado que este cuadro teórico se expusiera de manera crítica, mostrando las carencias y las virtudes que, a nuestro parecer, cada acercamiento posee.

Una vez puestos sobre la mesa los antecedentes teóricos, hemos aportado nuestra propia caracterización de la descortesía verbal, fenómeno que, al igual que la cortesía, pensamos que no está codificado en la genética de ninguna unidad verbal, sino que se trata de un efecto social que dependerá del acomodo de esta unidad a una serie de factores contextuales “extra” o “intra lingüísticos”. Por ello, junto a elementos más externos como el contexto social, situacional o cultural, también hay que tener en cuenta otros como el contexto o el tipo de discurso a la hora de analizarlo.

Así, definimos la descortesía verbal como una actividad comunicativa a través de la que se pretende dañar la imagen del otro. Al buscar un perjuicio de la imagen de alguien, esta actividad produce un efecto interpersonalmente negativo entre el emisor y el portador de la imagen dañada.

A la hora de evaluar un determinado comportamiento comunicativo consideramos esencial la percepción que el oyente hace de dicho acto de habla. Siempre que este perciba dañada su imagen consideramos dicho acto como descortés. En el caso de que vea su imagen negativamente afectada pero sepa – o crea – que no ha habido intencionalidad por parte del hablante, este efecto descortés persistiría, aunque tenderá a atenuarse.

El concepto de imagen (*face*) también se postula como imprescindible para comprender el fenómeno de la (des)cortesía. Sin embargo, pensamos que toda actividad de imagen no tiene por qué conllevar una actividad de (des)cortesía. Esta solo puede llevarse a cabo si parte de un hablante y va dirigida a un oyente, esté presente o no en el momento en que el discurso es producido. Esta descortesía hacia un destinatario indirecto, no presente pero esperable en el discurso, se da con frecuencia en el discurso de los medios de comunicación, cuya “multidireccionalidad” posibilita el daño a la imagen de aquellas personas de las que se habla. En este tipo de discurso, se ponen, por tanto, en juego las imágenes de tres participantes en el discurso: la del hablante, la de los oyentes o destinatarios directos y, por último, la de las

personas aludidas, personajes del mundo de la política que suelen hacerse eco de lo que se dice de ellos en los medios. Esta característica, unida a un factor como el ideológico, nos deja bastante claro cómo funciona la descortesía en un discurso público de tema político. Así, el hablante intenta dañar la imagen del contrincante ideológico para buscar una complicidad con una audiencia de ideas políticas cercanas. Nos hemos referido a este tipo de estrategias con el término de *descortesía ideológica*.

Al factor ideológico propio del tema político, y dado el carácter mediático de los textos que hemos analizado, debemos añadir la idea de la descortesía como entretenimiento (J. Culpeper, 2005) o descortesía mediático-lúdica (E. Brenes Peña, 2009e). Esta tendencia a la “espectacularización” a través de la vejación y del ataque a la imagen también ha llegado al discurso radiofónico, lo que ha provocado, al igual que en otros medios, la aparición de géneros nuevos como el *comentario editorializante* de FJL. Este se caracteriza, además de por su contenido violento, por defender la línea editorial del programa o cadena, por su amplia extensión y por su lenguaje, en el que observamos un estilo cuidado y cierta tendencia a acercarse al registro coloquial.

Pero este nuevo género no aparece de manera aislada, sino dentro de un formato mayor, como es el programa magacín presentado por FJL. Por ello, y dada su intrínseca heterogeneidad, hemos aportado un análisis de su estructura textual, secuencial e interactiva. Hemos llegado a la conclusión de que, si bien las secuencias con dimensión argumentativa predominan en todo el programa, este tono beligerante y de ataque excesivo a la imagen de la persona de la que se habla se da casi exclusivamente en las secciones de tema político. Esto nos ha llevado a caracterizar este tipo de descortesía ideológica como estratégica, poco espontánea, dado que posee una finalidad clara, como es desacreditar a los grupos ideológicos contrarios, así como fortalecer las relaciones afiliativas con los miembros ideológicamente afines.

Otro de nuestros objetivos prioritarios a la hora de explicar cómo funciona la descortesía en este tipo de texto mediático consistía en analizar la heterogeneidad propia de la figura del hablante y del oyente. El primero de los roles conversacionales, dividido en las facetas de sujeto empírico, locutor y enunciador (O. Ducrot, 1984, 1986), es ejercido por diferentes participantes: desde el presentador hasta los oyentes, pasando por los colaboradores, los co-presentadores o los propios personajes aludidos en el discurso, cuya voz aparece grabada o reproducida por el propio presentador. Pero la figura del hablante no resulta



de menor complejidad. Basándonos en las clasificaciones que de este papel discursivo realizan E. Goffman (1981) y C. Kerbrat-Orecchioni (1986), hablamos de alocutario, destinatario directo, destinatario indirecto y receptor adicional. Estas funciones son realizadas en diferentes momentos por los oyentes (habituales o no), el presentador o los contertulios.

Al analizar de manera exhaustiva el tipo de discurso objeto de nuestro estudio, hemos podido describir el tipo de descortesía que aparece en él. En estos textos radiofónicos no encontramos un intento de atacar la imagen del destinatario directo – oyente-, sino la de las personas a las que se alude, que percibirán ese daño debido a que pueden ejercer el papel de destinatario indirecto. El hablante basa su estrategia en desacreditar la imagen de aquellos personajes públicos ideológicamente opuestos para así potenciar el acercamiento afectivo con su audiencia, de manera que sus ideas sean recibidas con mayor aceptación. Estamos, como ya hemos señalado *supra*, ante una descortesía estratégica de clara finalidad ideológica y argumentativa.

Por otro lado, hemos observado a través de nuestro corpus que estos ataques no siempre van destinados al mismo tipo de imagen. Lo normal es que el hablante centre sus críticas en la imagen de rol de los personajes a los que se refiere. Debido al tema del género ante el que nos encontramos, se suele hacer referencia a sus funciones como profesional, ya sea político, juez, fiscal o policía. Sin embargo, también encontramos ataques dirigidos a su imagen de rol como ciudadano. Estos ataques son especialmente gravosos, ya que muestran al otro como contrario a valores básicos como la libertad, la ley o la democracia. En otras ocasiones, el periodista intenta desacreditar a ciertas personas haciendo referencia a cuestiones más personales, en nada relacionadas con temas políticos o de relevancia social. Estos ataques más ligados a la imagen social básica – el físico, el raciocinio, la cultura, la lujuria o la propia existencia- producen graves perjuicios debido, sobre todo, al carácter inesperado y poco adecuado con respecto a un discurso serio de crítica política. Por último, hemos podido comprobar que resultan especialmente efectivos los ataques a la imagen grupal de los aludidos. Estas agresiones pueden ir destinadas a los grupos ideológicos o, más concretamente, a partidos políticos concretos. En el primero de los casos observamos que el hablante diseña una clara división entre “nosotros” – ideología de derechas o liberal- y “ellos” – ideología de izquierdas o progresista-. Los ataques hacia estos últimos son constantes, y van destinados a reforzar los valores propios. En cuanto a los partidos, la postura más radical y violenta va dirigida al PSOE, aunque también encontramos continuos ataques hacia otros partidos de izquierda o de

ámbito nacionalista. Aunque el presentador se muestra crítico con el PP, de ideología cercana, siempre lo hace intentando no hacer mella en sus características identitarias y sustanciales. Estas valoraciones negativas, por tanto, suelen ir dirigidas a hechos o rasgos coyunturales, frutos de equivocaciones concretas. Así, mientras que al Gobierno o a ciertos partidos nacionalistas se le achaca, por ejemplo, una maldad e incompetencia congénita, al PP se le suele criticar por no haber actuado de manera adecuada o inteligente en ciertos momentos.

A su vez, este tipo de ataques se engloba en cuatro macro-estrategias básicas que se llevan a cabo a través de diferentes recursos verbales. No queremos decir que estas unidades u operaciones discursivas sean intrínsecamente descorteses, sino que el hablante lleva a cabo una utilización descortés de ellas, potenciando sus valores comunicativos (de intensificación, de descalificación, etc.), así como sus efectos sociales en el receptor.

La primera de estas estrategias que hemos apreciado ha sido la intensificación de la opinión. FJL subraya enunciativamente cada afirmación, cada valoración negativa u opinión personal sobre un tema de actualidad o un político concreto. Este no dejar lugar a la duda, no permitir titubeos ni términos medios, dota a su discurso de un cariz firme e inflexible, subrayando su efecto descortés, así como el consecuente daño en la imagen de aquel que es objeto de su crítica. Esta estrategia se explicita a través de diferentes recursos u operaciones discursivas como la omisión de los verbos introductorios de la opinión, la expresión de la evidencialidad, la denominada *reformulación descortés*, el uso de ciertos conectores u operadores discursivos, o, en último lugar, la utilización de ciertos recursos que actúan dentro del marco oracional.

El hablante también se vale de la descalificación como herramienta para dañar la imagen del aludido ante su audiencia. Para ello utiliza con frecuencia el insulto, ardid poco adecuado y, por tanto, especialmente grave en este tipo de discurso. Sin embargo, encontramos en el discurso de FJL otra estrategia más sutil que, si bien no suaviza el efecto descortés de la descalificación, proyecta una imagen menos agresiva del propio hablante. Nos referimos al discurso humorístico, llevado a cabo en el marco de la sátira política.

Las dos últimas estrategias utilizadas por FJL son propias del discurso dialogado, y su aparición se debe a que el hablante utiliza actividades enunciativas en las que se recrea este tipo de texto. Así, el presentador suele dirigirse directamente a las personas a las que critica, señalándolas a través de la segunda persona. Esto da como resultado actos impositivos en los que el periodista se muestra en una posición de poder con respecto al político, lo que se

explícita a través del uso de fórmulas de tratamientos no adecuadas, exhortaciones que coartan la libertad del otro, vocativos que descalifican o marcadores apelativos que intensifican el daño a la imagen.

La utilización de recursos para expresar el total desacuerdo con el otro también supone una estrategia propia de un discurso dialogal. La total oposición a cualquier postura defendida por los políticos de ideología contraria se lleva a cabo a través de estructuras que subrayan el enfrentamiento entre posturas. Nos referimos a la negación tajante, las aserciones que ponen de manifiesto la no veracidad de lo dicho, las alo-repeticiones interrogativas o los marcadores apelativos de rechazo. En ocasiones, el presentador puede mostrar cierto desacuerdo con su oyente. Sin embargo, y como es lógico, no se busca el enfrentamiento con este. Se trata, por tanto, de una estrategia persuasiva que pretende, con la complicidad de la audiencia, disipar cualquier posible duda acerca de los valores negativos que los miembros del “exogrupo” poseen.

En definitiva, hemos intentado desde este trabajo describir un tipo de discurso de enorme riqueza y elaboración. Sin ánimo de emitir juicios de valor que pensamos que no nos corresponden, hemos analizado un tipo de descortesía estratégica, llevada a cabo por un hablante que maneja con habilidad los diferentes resortes del lenguaje, así como los efectos sociales que estos conllevan.

Del mismo modo, pensamos que nuestro trabajo abre las puertas a diferentes investigaciones que enriquecerían en gran medida el panorama de estudios sobre descortesía. Nos referimos a aspectos como el efecto descortés hacia estas personas aludidas en diferentes discursos mediáticos, el grado de aparición de esta descortesía ideológica en otro tipo de formatos y en otros medios, así como la recepción social que esta suscita. Por supuesto, estos acercamientos deben ser complementados con estudios interdisciplinarios ligados a la sociología, la etnografía, la antropología o incluso la psicología. Todo con la finalidad de comprender mejor un fenómeno como la descortesía, ser conscientes de cuándo, cómo, por qué y para qué utilizarla, pero, a su vez, facilitar su comprensión y evaluación de una manera autónoma y alejada de manipulaciones.



## **CAPÍTULO 7. BIBLIOGRAFÍA**



- ADEGBIJA, E. (1989): "Lexico-semantic variation in Nigerian English", en *World Englishes* Vol. 8, 165-177.
- AGUADO CANDANEDO, D. (1981): "Análisis sociolingüístico del uso de *tú/usted* en los estudiantes universitarios de Bilbao", *Letras de Deusto* 11 (21), 165-184.
- AGUILERA DE MOYANO, M. (1985): *El telediario: un proceso informativo*, Barcelona, Mitre.
- AGUILERA, O. (1991): *Las ideologías en el periodismo*, Madrid, Paraninfo.
- AIKHENVALD, A. Y. (2003): "Evidentiality in typological perspective", en A. Y. Aikhenvald – R. M. W. Dixon (eds.), *Studies in Evidentiality*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 1-31.
- ALARCOS LLORACH, E. (1969): *Gramática Estructural*, Madrid, Gredos.
- (1978): *Estudio de Gramática Funcional del español*, Madrid, Gredos.
- (1992): "Pues", *Gramma-Temas* 1, León, Universidad de León, 11-26.
- ALBA-JUEZ, A. (2008): "Sobre algunas estrategias y marcadores de descortesía en español peninsular y argentino: ¿Son españoles y argentinos igualmente descortesés?", en A. Briz Gómez et al. (eds.), 80-98.
- ALBELDA MARCO, M. (2005a): *La intensificación en español coloquial*, Tesis doctoral, Universidad de Valencia, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia.
- (2005b): "El refuerzo de la imagen social en conversaciones coloquiales en español peninsular. La intensificación como categoría pragmática", en D. Bravo (ed.), 93-118.
- (2008): "Influencia de los factores situacionales en la codificación e interpretación de la cortesía", *Pragmatics*, 18 (4), 751-773.
- (2010): "¿Cómo se reconoce la atenuación? Una aproximación metodológica basada en el español peninsular hablado", en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 47-71.
- ALBELDA MARCOS, M.- CONTRERAS, CONTRERAS, J. (2009): "Imagen de afiliación y atenuantes en un análisis contrastivo alemán/español", en M. Bernal-N. Hernández Flores (eds.), 7-31.
- ALCAIDE LARA, E. (1996): "La interjección", en C. Fuentes Rodríguez-E. Alcaide Lara, *La expresión de la modalidad en el habla de Sevilla*, Sevilla, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, 260-352.
- (2000): "Tras las huellas del receptor: los receptores encubiertos en el discurso político", en M. D. Muñoz Núñez et al. (eds.), *IV Congreso Internacional de Lingüística General*.

- Cádiz, del 3 al 6 de abril de 2000, Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, Vol. II, 37-46.
- (2004): "La ironía, recurso argumentativo del lenguaje político", *Rilce*, 169-189.
- (2007): "Estrategias descorteses en los debates televisivos españoles", en L. Cortés et al., *Discurso y oralidad. Homenaje al profesor J. J. de Bustos Tovar*, Madrid, Arco Libros, Vol. II, 635-650.
- (2008a): "Interjección y descortesía: estudio sobre debates televisivos en España", *Oralia* 11, 229-254.
- (2008b): "¿Descortesía y Agresividad en las Publicaciones Juveniles? Análisis de Algunos Recursos Lingüísticos", en *Actas del Congreso Internacional Sobre (Des)Cortesía y Violencia Verbal en Español*, Sevilla, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- (2009): "Lo importante es vender: Lenguaje agresivo y publicidad", en C. Fuentes Rodríguez-E. Alcaide Lara (2009) (eds.).
- (2010): "La descortesía (también) "vende": acercamiento al estudio de estrategias descorteses en el discurso publicitario, en F. Orletti y L. Mariottini (eds.), 221-245.
- ALCINA, F.-BLECUA, J. M. (1975): *Gramática española*, Barcelona, Ariel.
- ALCOBA, S.-POCH, D. (2006): "Los marcadores gramaticales y fónicos de cortesía en el lenguaje publicitario", en M. Vallayandre Llamazares (ed.), *Actas del XXXV Simposio Internacional de SEL*, Universidad de León, Publicación electrónica en <http://www3.unileon.es/dp/dfh/SEL/actas.htm>, 24-47.
- (2010): "Argumentación, cortesía y "poder" en las cuñas de radio" en F. Orletti y L. Mariottini (eds.), 285-315.
- ALCUDIA BORREGUERO, M. (coord.) (2008): *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*, Madrid, Fragua.
- ALVARADO, B. (2005): "La ironía y la cortesía: una aproximación desde sus efectos", *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante* 19, 33-47.
- (2009): "Ironía y cortesía", en L. Ruiz Gurillo-X. Padilla (eds.), 333-345.
- ÁLVAREZ, A. I. (1999): "Las construcciones consecutivas", en I. Bosque-V. Demonte (coords.), 3739-3805.
- ÁLVAREZ MURO, A.-CARRERA DE LA RED, M. (2006): "El *usted* de solidaridad en el habla de Mérida", en M. Schrader- Kniffki (ed.), 117-130.



- ALLAS LLORENTE J. M.-DÍAZ SALGADO, L. (2004): *Libro de estilo. CanalSurTelevisión y Canal 2 Andalucía*, Sevilla, RTVA.
- ANSCOMBRE, J. C.- DUCROT, O. (1994). *La argumentación en la lengua*, Madrid: Gredos.
- ARCE CASTILLO, A. (1998): “Los conectores pragmáticos como índice de modalidad en español actual”, *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante*.
- ARIZA VIGUERA, M. (2008): *Insulte usted sabiendo lo que dice y otros estudios sobre el léxico*, Madrid, Arco Libros.
- ARJONA, M.-LUNA, E. (1989). *El infinitivo en el español hablado en la ciudad de México*. México D. F: UNAM.
- ARNDT, H.-JANNEY, R. (1985a): “Politeness revisited: Cross-modal supportive strategies”, *IRAL, International review of Applied Linguistics in Language Teaching* 23 (4), 281-300.
- (1985b): “Improving emotive communication: Verbal prosodic, and kinesic conflict-avoidance techniques”, *Per Linguam* 1, 21-23.
- (1987): *InterGrammar: Toward an Integrative Model of Verbal, Prosodic and Kinesic Choices in Speech*, Berlín, Mouton de Gruyter.
- (1991): “Verbal Prosodic and Kinesic Emotive Contrasts in Speech”, *Journal of Pragmatics* 15 (6), 521-549.
- ARUNDALE, R. B. (1999): “An alternative model and ideology of communications for an alternative to politeness theory”, *Pragmatics*, 9, 119-153.
- (2006) “Face as relational and interactional: A communication framework for research on face, facework and politeness”, *Journal of Politeness Research* 2 (2), 193-216.
- (2010): “Constituting face in conversation: Face, facework and interactional achievement”, en *Journal of Pragmatics* 42 (8), 2078-2105.
- AUSTIN, J. (1994[1964]): *How to Do Things with Words*, Oxford, Oxford University Press.
- AUSTIN, P. (1990): “Politeness Revisited: the dark side”, en A. Bell-J. Clmes (eds.), *New Zealand, Ways of Speaking English (Multilingual Matters, 65)*, Philadelphia, Multilingual Matters, 277-293.
- AZNAR, H. (1999): *Ética y periodismo: autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos*, Barcelona, Paidós.
- (2005a): *Pautas éticas para la comunicación social : menores, anorexia, violencia y ficción, televisión, educomunicación, periodismo gráfico, radio y publicidad encubierta*,

- propuesta de Estatuto Profesional de los Periodistas*, Valencia, Universidad Cardenal Herrera – CEU.
- (2005b): *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*, Barcelona, Ariel.
- (2005c): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*, Barcelona, Paidós.
- AZNÁREZ, M. (2008): “Estrategias comunicativas del conductor en los programas televisivos”, en I. Olza Moreno et al. (eds.), *Actas de XXXVII Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lingüística*, Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 41-52.
- BALSEBRE, A. (1994): *El lenguaje radiofónico*, Madrid, Cátedra.
- BALLY, C. (1965[1932]): *Linguistique générale et linguistique française*, Berne, Francke.
- BANDURA, A. (1973). *Aggression: A Social Learning Analysis*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.
- BAÑÓN HERNÁNDEZ, A. M. (1993): *El vocativo en español. Propuestas para su análisis lingüístico*, Barcelona, Octaedro.
- (1996): *Racismo, discurso periodístico y didáctica de la lengua*, Almería, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería.
- (1997): *La interrupción conversacional. Propuestas para su análisis pragmalingüístico*, Málaga, Anacaleta Malacitana.
- (2007): “Yo, tú, él, nosotros, vosotros y ellos. Notas sobre las personas emigradas y los medios de comunicación”, *Ahotik At!* 3, 20-21.
- (2010): “Comunicación destructiva y agresividad verbal en la Red. Notas en torno al discurso sobre las enfermedades raras”, *Discurso y Sociedad* 4 (4), 650-673.
- BARROSO ASENJO, P. (1985): *Fundamentos deontológicos de las Ciencias de la Información: prensa, radio, TV, cine, publicidad y relaciones públicas: Manual para preparar oposiciones*, Barcelona, Mitre.
- BAYRAKTAROGLU, A. (1991): “Politeness and Interactional Imbalance”, *International Journal of the Sociology Language* 9, 25-34.
- BAZZANELLA, C.- CAFFI, C.-SBISÁ, M. (1991): “Scalar dimensión of illocutionary force”, en I. Zagar (ed.): *Speech acts: fiction or reality?*, Ljubljana, 63-76.

- BEEBE, LESLIE M. (1995): "Polite fictions: Instrumental rudeness as pragmatic competence", *Georgetown University Round Table on Languages and Linguistics*, 154-168.
- BEINHAUER, W. (1991[1963]): *El español coloquial*, Madrid, Gredos.
- BENAVENT PAYÁ, E. (2000): "La polifonía en la conversación coloquial: el caso del relato dramatizado", *IV Congreso de Lingüística General*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 215-226.
- BERNAL. M. (2005a): "Hacia una categorización sociopragmática de la cortesía y la descortesía en la conversación", en D. Bravo (ed.), 365-398.
- (2005b): "La alorepetición como estrategia de cortesía y descortesía en la conversación", en J. Murillo (ed.), 55-79-
- (2007): *Categorización sociopragmática de la cortesía y la descortesía. Un estudio de la conversación coloquial española*, Stockholm, Stockholm University.
- (2008): "Insultan los insultos? Descortesía auténtica vs. descortesía no auténtica en español coloquial", *Pragmatics*, 775-802.
- (2010): "Descortesía en el contexto judicial. El caso del 11 M", en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 599-637.
- BERNAL. M.-HERNÁNDEZ FLORES, N. (2009): *Estudios sobre lengua, sociedad y cultura. Homenaje a D. Bravo*, Estocolmo, Keine.
- BERNÁRDEZ RODAL, A. (2000): "Estrategias textuales y configuración del público televisivo", en J. J. De Bustos Tovar (coord.), 1785-1792.
- BERNHARDT, E. (2006): "Intensificación y atenuación en relación con cortesía y descortesía en un talk show de la televisión española", en M. Schrader Kniffki (ed.), 43-60.
- BERNSTEIN, B. (1971): *Class, Codes and Control*, VoL. 1, London, Routledge & Kegan Paul.
- BERRENDONER, A. (1987): *Elementos de pragmática lingüística*, Buenos Aires, Gedisa.
- BLANCO SALGUERO, A. (2008): "¿Cómo hacer cosas malas con palabras: actos ilocucionarios hostiles y los fundamentos de la Teoría de los Actos de Habla", *CRÍTICA, Revista hispanoamericana de Filosofía*, Vol. 40, nº 118, 3-27.
- BLAS ARROYO, J. L. (1994): "Los pronombres de tratamiento y la cortesía", *Revista de Filología de la Universidad de la Laguna* 13, 7-35.

- (1994-95): “Tú y usted: dos pronombres de cortesía en el español actual. Datos de una comunidad peninsular”, *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante* 10, 21-44.
- (1995a): “La interjección como marcador discursivo: el caso de *eh*”, *Anuario de Lingüística Hispánica* WI, 81-117.
- (1995b): “Un ejercicio de sociolingüística interaccional: el caso de los pronombres de tratamiento en el español actual”, *Verba* 22, 229-252.
- (1998a): “Funciones y estructuras discursivas del moderador en el debate político”, *Langues et Linguistique* 24, 35-57.
- (1998b): “<<Pero no me interrumpa usted, haga el favor...>> Las interrupciones en el debate político electoral”, *Mediterranean Language Review* 10, 54-48.
- (1998c): “Estructuras triádicas en el debate político-electoral”, *Cahiers del'Institut de Linguistique de Louvain* 28, 85-108.
- (1999): “‘Diga por qué, diga por qué’”, la repetición en el debate político-electoral”, *Revista de Investigación Lingüística* 2, 5-42.
- (2001): “<<No digas chorradas...>> La descortesía en el debate político cara acara. Una aproximación pragmativariacionista”, *Oralia* 4, 4-96.
- (2002): “En los límites de la descortesía: formas atenuadas de la agresividad verbal en el debate político español”, *I.T.L. Review of Applied Linguistic* 137, 138-181.
- (2003): “‘Perdóneme que se lo diga, pero vuelve usted a faltar a la verdad, señor González’: form and function of politic verbal behaviour in face to face Spanish political debates”. *Discourse & Society* 14 (4), 395-423.
- (2005a): “Pragmática y sociolingüística de los pronombres de tratamiento en español”, en J. L. Blas Arroyo (ed.), *Sociolingüística del español. Desarrollo y perspectivas en el estudio de la lengua española en contexto social*, Madrid, Cátedra, 297-319.
- (2010): “La descortesía en contextos de telerrealidad mediática. Análisis de un corpus español”, en F. Orletti y L. Mariottini (eds.), 183-209.
- BLÁZQUEZ, N. (1994): *Ética y medios de comunicación*, Madrid, Biblioteca de autores cristianos.
- BLUM-KULKA, S. (1987): “Indirectness and politeness in requests: same or different”, *Journal of Pragmatics* 11 (2), 131-146.

- (1989): "Playing it safe: the role of conventionality in indirectness", en S. Blum-Kulka-J. House-G. Casper (eds.), *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*, Norwood, NJ, Ablex, 37-70.
- (1990): "You don't touch lettuce with your finger: parental politeness in family discourse", *Journal of Pragmatics* 14 (2), 259-288.
- (2005[1992]): "The metapragmatics of politeness in Israeli Society", en R. Watts et al. (eds.), 255-281.
- BOAS, F. (1947): *Cuestiones Fundamentales de Antropología Cultural*, Buenos Aires, Lautaro.
- BOLÍVAR, A. (2008): "'Cachorro del imperio" versus "cachorro de Fidel": los insultos en la política hispanoamericana", *Discurso y Sociedad* 2 (1), 1-38.
- (2009): "Ideología y variedades de descortesía", en M. Bernal-N. Hernández Flores (eds.), 31-57.
- (2010): "Las disculpas en el discurso político latinoamericano", en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 491-521.
- BOLLOBÁS, E. (1981): "Who's afraid of irony? An analysis of uncooperative behavior in Edward Albee's *Who's afraid of Virginia Woolf*", *Journal of Pragmatics* 5 (6), 323-334.
- BOOTH, W. C. (1986): *Retórica de la ironía*. Madrid, Alfaguara.
- BORETTI, S. (1996): "Aspectos de la interacción verbal en la Argentina", en T. Kotschi-W. Oesterreicher-K. Zimmermann (eds.), *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, Frankfurt, Vervuert Verlag, Biblioteca Iberoamericana, 247-260.
- (2001): "Aspectos de la cortesía lingüística en el español coloquial de Argentina", *Oralia* 4, 75-102.
- (2003): "Tests de hábitos sociales y la investigación de la cortesía", en D. Bravo (ed.), 198-102.
- (2005): "¿Actividades de imagen contra actividades de cortesía?", en J. Murillo (ed.), 209-221.
- BORREGUERO, M. A. (2006): *Los boletines horarios radiofónicos*, Madrid, Fragua.
- BOSQUE, I.- DEMONTE, V. ( coords.) (1999): *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid, Espasa-Calpe.
- BOUSFIELD, D. (2006): "The Grand Debate: Where the next for Politeness Research?", *Cultura, Lenguaje y Representación* III, 9-15-

- (2007a): “Beginnings, middles and ends: A biopsy of the dynamics of impolite exchanges”, *Journal of Pragmatics* 39 (12), 2185-2216.
- (2007b): “Impoliteness, preference organization and conductivity”, *Multilingua* 2, 1-33.
- (2008): *Impoliteness in interaction*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.
- BOUSFIELD, D. –LOCHER, M. A. (2008) (eds.): *Impoliteness in language*, Berlín/ Nueva York, Walter de Gruyter.
- BRAJNOVIC, L. (1978): *Deontología periodística*, Pamplona, Ediciones de la Universidad de Navarra.
- BRAVO, D. (1996): *La risa en el regateo. Estudio sobre el estilo comunicativo de negociadores españoles y suecos*, Universidad de Estocolmo, Edsbruck: Academitryck.
- (1998): “¿Reírse juntos?: un estudio de las imágenes sociales de españoles, mexicanos y suecos”, *Diálogos Hispánicos* 22, 315-364.
- (1999a): “¿Imagen <<positiva>> vs. Imagen <<negativa>>?: pragmática socio-cultural y componentes de *face*”, *Oralia* 2, 155-184.
- (1999b): “Los roles institucionales en el aula argentina”, comunicación presentada en el *XIV Congreso de Romanistas Escandinavos*, 10-15 agosto de 1999, Estocolmo, Suecia
- (2000a): “Hacia una semiótica de la identidad social: gestos en la manifestación de ideales de la personalidad socio-cultural en discursos académicos”, *Oralia* 3, 21-52.
- (2000b): “Cortesía en español: negociación de *face* e identidad en discursos académicos” SIIS:II: 6. Publicación electrónica en <http://www.ispla.su.se/iis/Siisesp.htm>.
- (2001): “Sobre cortesía lingüística, estratégica y conversacional en español. Estado de la cuestión”, *Oralia* 4, 229-231.
- (2002): “Actos asertivos y cortesía. Imagen de rol en el discurso de académicos argentinos”, en M. E. Placencia-D. Bravo (eds.), 141-174.
- (ed.) (2003a): *Actas del Primer Coloquio del programa EDICE, “La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes”*, Estocolmo, Universidad de Estocolmo. Publicación electrónica en [www.edice.org](http://www.edice.org).
- (2003b): “Presentación”, en D. Bravo (ed.), 7-16.
- (2003c): “Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción”, en D. Bravo (ed.), 96-103.

- (2004): “Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías sobre la cortesía”, en D. Bravo-A. Briz Gómez (eds.), 15-38.
- (ed.) (2005a): *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*. Buenos Aires, Dunken.
- (2005b): “Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la “cortesía comunicativa””, en Diana Bravo (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español*, Buenos Aires, 2005, 21-52.
- (2005c): “Competencia en la pragmática sociocultural del español. Actos de habla y cortesía”, en J. Murillo (ed.), 363-374.
- (2005d): “Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la “cortesía comunicativa””, en D. Bravo (ed.), 21-52.
- (2008a): “Situación de habla, recursos comunicativos y factores lingüísticos en la interpretación de los objetivos de la cortesía. El contexto del usuario vs. El contexto del analista”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 12-24.
- (2008b): “Impoliteness in Spanish-speaking socio-cultural contexts: Introduction”, *Pragmatics* 18 (4), 563-576.
- (2008c): The implications of studying politeness in Spanish-speaking contexts: A discussion” (Las implicaciones del estudio de la cortesía en el contexto del español. Una discusión), *Pragmatics* 18, 577-604.
- (2010): “Pragmática socio-cultural. La configuración de la imagen social como premisa socio-cultural para la interpretación de actividades verbales y no verbales de imagen”, en Franca Orletti y Laura Mariottini (eds.), 19-47.
- BRAVO, D.-BRIZ GÓMEZ, A. (eds.) (2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona, Ariel.
- BRAVO, D., GRANATO, L. (2001): “Aspectos de la imagen social y de la cortesía: la negociación de los roles en la conversación”, SIIS III: 5. Publicación electrónica en <http://www.ispla.es.se/iis/Siisesp.htm>.
- BRENES PEÑA, E. (2007a): “Estrategias descorteses y agresivas en la figura del tertuliano televisivo: ¿transgresión o norma?”, *Linred* V, 1-19.
- (2007b): “Los insultos entre los jóvenes: la agresividad verbal como arma para la creación de una identidad grupal”, *Interlingüística* 17, 1-11.



- (2008): “Enunciación y conexión: *vamos a ver*”, en I. Olza Moreno et al. (eds.), *Actas del XXXVII Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lingüística*, Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 75-86.
- (2009a): “Grados de descortesía en la expresión de juicios y valoraciones negativas. Un caso concreto. Un caso concreto: Risto.”, *Interlingüística* 18, 178-189.
- (2009b): “La expresión de la amenaza en el lenguaje juvenil”, *Cultura, lenguaje y representación* 7, 39-58.
- (2009c): “Variación y contexto: la ironía en los debates televisivos”, en M. V. Camacho Taboada-J. J. Rodríguez Toro-J. Santana Marrero (eds.), *Estudios de lengua española: Descripción, Variación y Uso. Homenaje a Humberto López Morales*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert, 99-122.
- (2009d): “Discurso político y descortesía: la expresión del desacuerdo en debates políticos televisivos”, en G. Álvarez Benito et al. (eds.), *First International Conference of Political Discourse Strategies*, Sevilla, Mergablum, 101-122.
- (2009e): *La agresividad verbal y sus mecanismos de expresión en el español actual*, edición electrónica en [www.fondosdigitales.us.es](http://www.fondosdigitales.us.es).
- (2009f): “La agresividad verbal como espectáculo en la televisión de hoy. La entrevista televisiva”, en C. Fuentes Rodríguez y E. Alcaide Lara (eds.), 141-161.
- (2010a): “La variación en la modalidad. El caso de por favor”, *Coloquio Internacional In Memoriam M. Alvar. La variación lingüística y contactos de lenguas en el mundo*.
- (2010b): “Violencia verbal y discurso televisivo. Análisis pragmalingüístico de la figura del moderador-excitador”, en *Discurso y Sociedad*, vol. 4, (4), 706-730.
- (2011): “Recursos lingüísticos al servicio de la (des)cortesía verbal: los apéndices apelativos”, *Aproximaciones a la (Des)cortesía verbal en español*, Bern: Peter Lang Verlag, 119-138.
- BRENNEIS, D. (1988): “Language and disputing”, *Annual Revue of Anthropology* 17, 221-237.
- BRENNEIS, D.-LEIN, L. (1977): ““You fruithead: a sociolinguistic approach to dispute settlement”, en S. Ervin-Tripp. C. Mitchell-Kernan (eds.), *Child Discourse*, Nueva York, Academic, 46-65.
- BRIZ GÓMEZ, A. (1993a): “Los conectores pragmáticos en español coloquial (I): Su papel argumentativo”, *Contextos* XI, 21-21, 145-188.



- (1993b): “Los conectores pragmáticos en la conversación coloquial (II): Su papel metadiscursivo”, *Español Actual* 59, 39-56.
- (1994): “Hacia un análisis argumentativo de un texto coloquial. La incidencia de los conectores pragmáticos”, *Verba* 21, 369-395.
- (1995): “La atenuación en la conversación coloquial. Una categoría pragmática”, en L. Cortés Rodríguez (ed.), *El español coloquial. Actas del I Simposio sobre análisis del discurso oral*, Almería, Universidad de Almería, 103-122.
- (1996a): “Los intensificadores en la conversación coloquial”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), *Pragmática y Gramática del español hablado. Actas del II Simposio sobre análisis del discurso moral*, Zaragoza, Pórtico, 13-36.
- (1996b): *El español coloquial. Situación y uso*, Madrid, Arco Libros.
- (1997): “Coherencia y cohesión en la conversación coloquial”, en J. de Kock (ed.), *Gramática española, enseñanza e investigación: Lingüística con corpus. Catorce aplicaciones sobre el español*, Salamanca, Universidad, 287-318.
- (1998): *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática*, Barcelona, Ariel.
- (2000a): *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel.
- (2000b): “Turno y alternancia de turno en la conversación”, *Revista Argentina de Lingüística* 16, 19-32.
- (2001): “Acerca de la estructura conversacional del español coloquial”, en F. Sánchez Miret (coord.), *Actas del XXII Congreso Internacional de Lingüística y Filología Románica*, Tübingen, Max Niemeyer Verlag Vol. II, tomo 1, 147-156.
- (2002): “La atenuación en una conversación polémica”, en J. L. Blas Arroyo et al. (coords.), *Estudios sobre lengua y sociedad*, 87-103.
- (2003): “La estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española”, en D. Bravo (ed.), 17-46.
- (2004): “Cortesía verbal codificada y cortesía verbal interpretada en la conversación” en Diana Bravo y Antonio Briz (eds.), *Pragmática sociocultural*, Barcelona, Ariel, 67-93.
- (2005): “Eficacia, imagen social e imagen de cortesía. Naturaleza de la estrategia atenuadora en la conversación coloquial española”, en D. Bravo (ed.), 53-91.
- (2007): “Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuadora en España y América”, *Lingüística Español Actual* 29, 5-40.

- (2011): "Cortesía, atenuación y partículas discursivas", C. Fuentes Rodríguez- E. Alcaide Lara- E. Brenes Peña (eds.), 75-103.
- (e.p.): "La variación situacional y la expresión de la cortesía", conferencia ofrecida dentro de las *Jornadas sobre lengua e imagen social: descortesía en los medios de comunicación*, Sevilla, 2-4 de marzo de 2011.
- BRIZ GÓMEZ, A.-GRUPO VALES.CO. (2001): *Corpus de conversaciones coloquiales*, Madrid, Arco Libros.
- BRIZ GÓMEZ, A.-HIDALGO NAVARRO, A. (1998): "Conectores pragmáticos y estructura de la conversación", en M. A. Martín Zorraquino-E. Monotolío Durán (coords.), 120-142.
- (2008): "Marcadores discursivos y prosodia: observaciones sobre su papel modalizador atenuante", en A. Briz Gómez et al. (eds.), 390-409.
- BRIZ GÓMEZ, A.-HIDALGO NAVARRO, A.-ALBELDA, M.-CONTRERAS, J.-HERNÁNDEZ FLORES, N. (eds.) (2008): *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral*, Valencia/ Estocolmo, Universidad de Valencia, Programa EDICE. Publicación electrónica en [www.edice.org](http://www.edice.org).
- BRIZ GÓMEZ, A.-MONTAÑEZ, M. P. (2008): "La forma ¿eh? En el *Diccionario de Partículas Discursivas del Español (DPDE)*", en A. Álvarez Tejedor et al. (eds.), *Lengua viva. Estudios ofrecidos a César Hernández Alonso*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 625-642.
- BRIZ GÓMEZ, A.-PONS, S.-PORTOLÉS, J. (2008): *Diccionario de partículas discursivas del español (DPDE)*, Publicación electrónica en [www.dpde.es](http://www.dpde.es).
- BROWN, L. (2011): "Korean Honorifics and 'Revealed', 'Ignored', and Suppressed' Aspects of Korean Culture and Politeness", en F. Bargiela-Chiappini-D. Z. Kádár (eds.), *Politeness Across Cultures*, London, Palgrave Macmillan.
- BROWN, P.-LEVINSON, S. (1987): *Politeness. Some Universal in Language Use*, Cambridge, CUP. Originalmente publicado como "Universals in language usage: Politeness phenomena", en N. Goody (ed.) (1978), *Question and Politeness. Strategies in Social Interaction*, Cambridge, Cambridge University Press.
- CABRAL, L-DO CARMO, M. (2007): "Identity and personal/institutional relations: people and tragedy in a health insurance customer service", en Anna de Fina-Deborah Schiffrin-Michael Bamberg (eds.), Cambridge, Cambridge University Press, 189-212.

- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H.-TUSÓN VALLS, A. (1999): *Las cosas del decir: manual de análisis el discurso*, Barcelona, Ariel.
- CAMACHO ADARVE, M. M. (2001): “Reflexiones Sobre la repetición en el discurso oral”, *Tonos Digital* 2. Publicación electrónica en <http://www.um.es/tonosdigital/zum2/estudios/CamachoAdarveTonos2.htm>.
- (2003): “Algunos oficios interactivos de la repetición en el discurso oral: funciones eulógicas y dislógicas”, *Oralia* 6, 119-146.
- CARRASCO SANTANA, A. (1999): “Revisión y evaluación del modelo de cortesía de Brown y Levinson”, *Pragmalingüística* 7, 1-44.
- CASASÚS, J. M. (1985): *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Barcelona. Mitre.
- CASCÓN MARTÍN, E. (1995): *El español coloquial. Rasgos, formas y fraseología de la lengua diaria*, Madrid, Edinumen.
- CASTELLBLANQUE, M. (2005): “La violencia y su comercialización en los medios de comunicación y entretenimiento ¿Ha llegado el momento de legislar para limitarla?”, *Violencias y medios de comunicación: recursos y discursos, II Congreso Internacional de Comunicación y Realidad*, Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Ramón Llul, 623-631.
- CASTILLO CARBALLO, M. A. (2010): “Constantes semánticas en las unidades fraseológicas descortesas”, *Discurso y Sociedad* 4 (4), 792-808.
- CASTILLO CARBALLO, M. A.- GARCÍA PLATERO, J. M. (2006): “Valor pragmático de la apreciación en español, A. Alfredo Álvarez et al. (eds.), *Actas del XVI Congreso Internacional de ASELE*, 208-212.
- CEBEDO NEBOT, A. (2007): “Caracterización prosódica del estilo directo de habla en la conversación coloquial”, *ELUA*, 21, 1-13.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1981): *Diccionario de radio y televisión*, Madrid, Alhambra.
- (1983): *Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual*, Madrid, Mezquita.
- (1992): *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*, Madrid, Ciencia 3.
- (1995): *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, Madrid, Síntesis.
- CELDRÁN, P. (1995): *Inventario General de insultos*, Madrid, Ediciones del Prado.

- CESTERO MANCERA, A. M. (2002-2003): “El funcionamiento de los recursos lingüísticos de llamada de atención al interlocutor en la conversación y en el discurso académico”, *Pragmalingüística*, (10-11), 51-94.
- CHAMIZO DOMÍNGUEZ, P. J.-ZAXISLAWSKA, M. (2006): “Animal names used as insults and derogation in Polish and Spanish”, *Philologia Hispalensis* 20, 123-156.
- CHEN, R. (2001): “Self-politeness: A proposal”, *Journal of Pragmatics* 33 (1), 87-106.
- CHILTON, P. (1990): “Politeness politics and diplomacy”, *Discourse and Society* 1 (2), 201-224.
- CHRISTIE, CH. (2007): “Relevance theory and politeness”, *Journal of Politeness research* 3 (2), 269-294.
- CISNEROS ESTUPIÑÁN, M. (2005): “Grados de cortesía en el uso de pronombre personales de segunda persona singular”, en D. Bravo (ed.), 221-245.
- CLUTTERBUCK, R. (1985): *Los medios de comunicación y la violencia política*, Pamplona, Ediciones de la Universidad de Navarra.
- COLÍN RODEA, M. (2003): *El insulto: recurso pragmático-textual y representación lexicográfica*. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona. Publicación electrónica en <http://www.tdx.cesca.es/TDX-1230103/114332>.
- (2010): “El contexto interpretativo del insulto desde la perspectiva oyente-hablante”, en C. Fuentes Rodríguez, E. Alcaide Lara y E. Brenes Peña (eds.), 199-214.
- COLLUFIO, C. L. (2011): “La manipulación ONG- ética. Estrategias icónico-discursivas de persuasión”, en C. Fuentes Rodríguez-E. Alcaide Lara-E. Brenes Peña (eds.), 215-233.
- COMITÉ DE REGULACIÓN: Código de Autorregulación del contenido televisivo. Publicación electrónica en [www.tvinfancia.es/Textos/CodigoAutorregulacion/Codigo.htm](http://www.tvinfancia.es/Textos/CodigoAutorregulacion/Codigo.htm).
- CONGRÉS INTERNACIONAL COMUNICACIÓ I REALITAT (2003): *Violències i mitjans de comunicació : recursos i discursos/ Violencias y medios de comunicación : recursos y discursos/ Violence and media : resources and discourses / II Congrés Internacional Comunicació i Realitat*, Barcelona, Facultad de de Ciencias de la Comunicación Blanquerna, Universidad ramón Llul.
- CONTRERAS, F. R.-SIERRA, F. (2004): *Culturas de guerra*, Madrid, Cátedra.
- CORDISCO, A. (2003): “Hipótesis sociocultural en el estudio de la descortesía en diálogos de obras teatrales argentinas”, *Actas del I Coloquio Argentino de la IADA. En torno al*

- diálogo: interacción contexto y representación social*. La Plata, Argentina, 21-23 de mayo de 2003, La Plata, Universidad de La Plata, 488-497.
- (2005a): “Subjetividad y conformación de interacciones descorteses”, en J. Murillo (ed.), 181-208.
- (2005b): “Marcos de descortesía. Roles, imágenes y contextos socioculturales en un situación de visita en un texto dramático argentino”, en D. Bravo (ed.), 319-364.
- (2008): “El monstruo en cuestión. Lugares de cortesía y de la violencia comunicativa en un cruce epistolar entre una madre y autoridades de una escuela de gestión privada en Argentina”, en A: Briz Gómez et al. (eds.), 150-166.
- CORNATON, M. (1969): *Grupos y sociedad*, Venezuela, Tiempo Nuevo.
- COROMINAS, J. (1961): *Breve Diccionario etimológico de la lengua española*, Madrid, Gredos.
- COUPLAND, N.-GRAINGER, K.-COUPLAND, J. (1998): “Politeness in context: Intergenerational issues (Review article)”, *Language and Society* 17, 253-262.
- CRISTOBALINA MORENO, M (2008): “Análisis diacrónico de la cortesía verbal del español clásico al contemporáneo”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 410-419.
- CRUTTENDEN, A. (1990). *Entonación*. Barcelona, Teide.
- CUADRISO MUÑOZ, R. (2011): “Estrategias descorteses en los foros de participación. La agresividad de los SMS en los debates televisivos”, en C. Fuentes Rodríguez-E. Alcaide Lara-E. Brenes Peña (eds.), 247-263.
- CUBELLS, M. (2005): *Mentiras en directo*, Barcelona, Península.
- CUCO, C.-DE FINA, A. (2002): “Modo imperativo, negación y diminutivos en la expresión de la cortesía en español: el contraste entre México y España”, en M. E. Placencia-D. Bravo (eds.), 107-140.
- CUENCA, M. J.-MARÍN, M. J. (2000): “Verbos de percepción gramaticalizados como conectores. Análisis contrastivo español-catalán”, *Volumen monográfico*, 215-237.
- CUENCA, M. J.-TORRÉS VILATARSANA, M. (2008): “Usos de *hombre/home* y *mujer/dona* como marcadores discursivos en la conversación coloquial”, *Verba* 35, 235-256.
- CULPEPER, J. (1996): “Towards an anatomy of impoliteness”, *Journal of Pragmatics* 25 (3), 349-367.

- (1998): “(Im)politeness in dramatic dialogue”, en J. Culpeper (ed.), *Exploring the language of Drama: From Text to Context*, Londres, Routledge, 83-95.
- (2005): “Impoliteness And Entertainment in the television quiz show: The Weakest Link”, *Journal of Politeness Research* 1 (1), 35-72.
- CULPEPER, J.-BOUSFIELD, D.-WICHMANN, A. (2003): “Impoliteness revisited: with special reference to dynamic and prosodic aspects”, *Journal of Pragmatics* 35 (10-11), 1545-1579.
- CURRAN, J. (2005): *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*, Barcelona, Hacer.
- DÁNGELIS, A.-MARIOTTINI, L. (2006): “La morfopragmática de los diminutivos en español e italiano”, en Milka Viyallandre (ed.), *Actas del XXXV Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lingüística*, 358-378.
- DE ALMEIDA, F.-DO SANTOS, C. R. –REBOLLO, L. (2008): “Agradecimientos y disculpas en el cine iberoamericano. Representaciones de Buenos Aires, Bogotá, Ciudad de México, La Habana, Lima, Madrid, Santiago de Chile y Río de Janeiro”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 604-622.
- DE FONTCUBERTA, M. (2003): “Violencia y medios: un conflicto por resolver”, *Trípodos II. Violencias y medios de comunicación: recursos y discursos. II Congreso Internacional de Comunicación y Realidad*, Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Ramón Llul, 525.532.
- DE KADT, E. (1998): “The concept of face and its applicability to the Zulu language”, *Journal of Pragmatics* 29 (2), 173-191.
- DE LUNA, C. (1996): “Cualidades gramaticales y funcionales de las interjecciones españolas”, en T. Kotschi-W. Oesterreicher-K. Zimmermann (eds.), *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, Madrid/Frankfurt, Biblioteca Ibero-Americana, 95-116.
- DE MAN P. (1985). *El concepto de ironía*. Valencia, Ediciones EPISTEME.
- DE VAN PRAAG J. CH. (1982): “Intensidad expresiva de las comparativas estereotipadas”, en *Actas del IV Congreso de internacional de hispanistas* (Salamanca). Edición electrónica en [cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/04/aih\\_04\\_1\\_080.pdf](http://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/04/aih_04_1_080.pdf).
- DENDALE, P.-TASMOWSKI, L. (2001): “Introduction: Evidentiality and related notions”, *Journal of Pragmatics* 33 (3), 339-348.

- DÍAZ BARRADO MARIO PEDRO (1989): *Análisis del discurso político (Una aplicación metodológica)*, Mérida, Editora Regional de Extremadura.
- DÍAZ DOMÍNGUEZ, M. L. (2010): "Argumentación y manejo de la imagen en publicidad institucional. La DGT", *Discurso y Sociedad* 4 (4), 87-115.
- DOMÍNGUEZ CALVO, F. J. (2001): *La cortesía verbal. La expresión de discrepancias en español*, ASELE, Málaga.
- DORTA LUIS, J.-DOMÍNGUEZ GARCÍA, M. N. (2001): "Polifuncionalidad discursiva y comportamiento prosódico prototípico del marcador discursivo *pues*", *Español Actual* 75, 45-53.
- (2006): "La prosodia del marcador discursivo *pues*", en M. Casado Velarde et al. (eds.), *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores. Actas del I Congreso Internacional*, Madrid, Arco Libros, 1269-1282.
- DOUGLAS, S. (2008): "Cortesía y argumentación en enunciadores que se disculpan", en A. Briz Gómez et al. (eds.), 538-555.
- DUCROT, O. (1984): *Les mots du discours*, Paris, Minuit.
- (1984): *El decir y lo dicho*, Buenos Aires, Hachette.
- (1986): *El decir y lo dicho: polifonía de la enunciación*, Barcelona, Paidós.
- (1995): "Les modificateurs déréalisants." *Journal of Pragmatics* 24, 145-165.
- DUFONT, M. A. -KASPER, G.-TAKAHASHI, S.-YOSHINAGA, N. (1994): "Bibliography on linguistics politeness", *Journal of Pragmatics* 21 (5), 527-578.
- DUMITRESCU, D. (1978): "La pregunta eco en castellano", *Bulletin de la Société Roumaine de Linguistique Romane* 13, 225-237.
- (2008): "Las alo-repeticiones interrogativas en el español mexicano: funciones discursivas y estrategias de (des)cortesía", *Pragmatics* 18, 659-680.
- (2009): "Cortesía y gestión de imagen en las entrevistas con jóvenes caribeños", en M. Bernal-N. Hernández Flores (eds.), 67-78.
- (2010): "Sobre la atenuación cortés en español y rumano: unas estrategias comunes.", H. Siller-Runggaldier-P. Danler (eds.), *Actes du XXV-e Congrès International de Linguistique et Philologie Romanes*, Maria IliescuBerlin, De Gruyter, Vol. IV, 371-388.
- EDELSON NATALÍAS, V. (2008): "Estudios de las formas *¿eh?* y *¿no?* en el discurso", en J. L. Blas Arroyo et al. (eds.), *Discurso y Sociedad II. Nuevas contribuciones al estudio de*



- la lengua en un contexto social*. Castellón de la Plana, Servicio de Publicaciones de la Universidad Jaume I, 525-538.
- EELLEN, G. (1999): "Politeness and ideology: a critical review", *Pragmatics*, 9, 163-173
- (2001): *A critique of Politeness Theories*, Manchester, St. Jerome's Press.
- ERLICH, F. D. (2008): "El papel del moderador en la resolución del conflicto. El caso de un debate en el contexto venezolano", A. Briz Gómez et al. (eds.), 167-181.
- ERLICH, F. D.-RAMÍREZ, Y. (2010): "¿Qué le aconseja usted al comandante Chávez?: Aspectos del macrodiálogo social post referéndum consultivo en Venezuela", en F. Orletti-L- Mariottini (eds.), 521-537.
- ESCAMILLA MORALES. J. (2009): "Amor, despecho y cortesía en las canciones de Agustín Lara", en M. Bernal-N. Hernández Flores (eds.), 107-137.
- (2010): "La descortesía subyacente en los comentarios de los lectores de la sección humorística de una revista colombiana", en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 457-491.
- ESCAMILLA MORALES, J.-HENRY VEGA, H.-TORRES RONCALLO, L. M. (2008): "Solicitud de información y petición en contextos universitarios", en *Pensar El Caribe Ii Ciencias Humanas Y Artes*, Colombia, Universidad del Atlántico, 127-142.
- ESCANDELL VIDAL, M. V. (1996): *Introducción a la Pragmática*, Barcelona, Ariel.
- (1998a): "Cortesía y relevancia", en H. Haverkate-G. Mulder-C. Fraile Maldonado (eds.), *La pragmática lingüística del español: recientes desarrollos. Diálogos hispánicos 22*, Amsterdam, Rodopi, 7-24.
- (1999): "Los enunciados interrogativos. Aspectos semánticos y pragmáticos", en I, Bosque -V. Demonte (coords.), 3929-3992.
- ESCRIBANO HERNÁNDEZ, A. (2001): *Uso periodístico de la lengua. Los títulos en prensa*, Salamanca, Universidad de Salamanca.
- ESTÉBANEZ CALDARÓN, D. (1996): *Diccionario De términos literarios*, Madrid, Alianza.
- (2000): *Breve diccionario de términos literarios*, Madrid, Alianza.
- FAFOAGA, C. (1982): *Periodismo interpretativo*, Barcelona, Mitre.
- FANT, L. (1989): "Cultural Mismatch in Conversation: Spanish and Scandinavian Communicative Behaviour in negotiation settings", *Hermes* 3, 247-265.
- (1992): "Scandinavians and Spaniards in negotiation", en A. Sjögren.L. Janson (eds.), *Culture and management in the field of ethnology and business administration*, Estocolmo, Stockholm School of Economics, 123-153.



- (1995): “Negotiation discourse and interaction in a cross-cultural perspective: The case of Sweden and Spain”, en K. Ehlich-J. Wagner (eds.), *The discourse of business negotiation*, Berlín/Nueva York, Mouton de Gruyter, 177-201.
- (1996): “Regulación conversacional en la negociación: una comparación entre pausas mexicanas y peninsulares”, en T. Kotschi-W. Oesterreicher-K. Zimmermann (eds.), *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, Frankfurt/Madrid, Vervuert Iberoamericana, 147-185.
- (1999): “La repetición como recurso para la negociación de identidades en la conversación espontánea”, *SIIS I*. Publicación electrónica en <http://www.ispla.su.se/iis/Siisesp.htm>.
- (2000): “¿Integrarse o afirmarse? La negociación de identidades en conversaciones poliádicas entre universitarios hispanoamericano”, en J. J. Bustos Tovar et al. (eds.), *Lengua, Discurso, texto: I simposio de análisis del Discurso*, Madrid, Visor Libros, 1565-1.
- (2001): “Creating awareness of identity work in conversation: A resource for language training”, en M. Kelly, I. Elliot-L. Fant (eds.), *Third level third space: Intercultural communication and language in higher education in Europe*, Bern, Peter Lang, 29-93.
- (2005): “Discourse perspectives on modalisation: the case of accounts in semi-structured interviews”, en A. Klinge-H. Müller (eds.), *Modalities studies in form and functions*, Londres, Equinox, 103-121.
- (2007a): “Rapport and Identity Management: A model and Its Application to Spanish Dialogue”, M. E. Placencia.C. García (eds.), 335-365.
- (2007b): “La modalización del acierto formulativo en español”, *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana* V, 39-58.
- FANT, L.-GRANATO, L. (2002): “Cortesía y gestión interrelacional: hacia un marco conceptual”, *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana* V, 39-58.
- FANT, L.-GRINDSTED, A. (1995): “Conflict and consensus in Spanish vs. Scandinavian negotiation interaction”, *Hermes, Journal of Linguistics* 15, 111-141.
- FÉLIX-BRASDEFER J. C. (2008): “Sociopragmatic variation: Dispreferred responses in Mexican and Dominican Spanish”, *Journal of Politeness Research*, 4 (1), 81-110.
- FERNÁNDEZ, M. (2000): “Algunos procesos para implicar al televidente en el discurso de los telediarios franceses”, en J. J. De Bustos Tovar (coord.), 1905-1923.

- FERNÁNDEZ AMAYA, L. (2010): “La cortesía en español peninsular. Análisis de la secuencia de cierre en conversaciones telefónicas”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 111-131.
- FERNÁNDEZ JAÉN, J. (2009): “Ironía y lingüística cognitiva” en L. Ruiz Gurillo y X. A. Padilla (eds.), 391-422.
- FERNÁNDEZ LEBORANS, M. J. (1992): “La oración del tipo *es que...*”, *Verba* 19, 223-239.
- FERNÁNDEZ RAMÍREZ, S. (1959): “Oraciones interrogativas españolas”, *Boletín de la Real Academia Española* XXXIX, 243-276.
- (1986<sup>a</sup>): “Las personas gramaticales. Las formas de tratamiento”, *Gramática española. 4. E verbo y la oración*, Madrid, Arco Libros, 58-102.
- (1986b): “Las oraciones interrogativas”, *Gramática Española. 4. El verbo y la oración*, Madrid, Arco Libros, 463-491.
- (1986c): “El vocativo”, *Gramática Española. 4. El verbo y la oración*, Madrid, Arco Libros, 495-497.
- FERNÁNDEZ SMITH, GÉRARD (2001): “Mecanismos de cohesión textual en la comunicación periodística”, en J. J. de Bustos Tovar (coord.), *Lengua, discurso, texto: I Simposio Internacional de Análisis del Discurso*, Madrid, Visor, 1925-1937.
- FERRER, H.-PONS, S. (Eds.) (2001). *La pragmática de los conectores y las partículas modales*. Valencia, Universidad de Valencia.
- FLAMENCO GARCÍA, L. (1999): “Las construcciones concesivas y adversativas”, en I. Bosque y V. Demonte (coords.), 3805-3873.
- FLORES TREVIÑO, M. E.-INFANTE, J. M. (2010): “Polifonía y descortesía en el debate político”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 537-557.
- FONTANELLA DE WEINBERG, M. B. (1970): “La evolución de los pronombre de tratamiento en el español bonaerense”, *Thesaurus: Boletín del Instituto Caro y Cuervo* 25 (1), 12-22.
- (1999): “Sistemas pronominales de tratamiento usados en el mundo hispánico”, en I. Bosque-V. Demonte (coords.), 1400-1425.
- FONTANILLO, E.-RIESCO, M. I. (1994): *Teleperversión de la lengua*, Barcelona, Anthropos.
- FONTCUBERTA, M. (1981): *Estructura de la noticia periodística*, Barcelona, A.T.E.

- FORGAS BERDET, E. (2010): "Cortesía y/o descortesía en la prensa hispana: la imagen de las políticas en los medios de comunicación", en F. Orletti.-L. Mariottini (eds.), 331-369.
- FOX, J. D. (1969): "The pronouns of address in Spanish", en A. Graur (ed.), *Actes du Xe Congrès International des Linguistes*, Bucarest, Académie de République Socialiste de Roumanie, Vol. I, 685-693.
- FRASER, B. (1980): "Conversational mitigation", *Journal of Pragmatics* 14 (2), 219-236.
- (1990): "Perspectives on Politeness", *Journal of Pragmatics* 14 4 (4), 341-350.
- (2010): "Pragmatic Competence: The case of Hedging", en G. Kaletenböck.-W. Mihatsch-S. Schneider (eds.), *New Approaches to Hedging*, Howard House, Wagon Lane, Bingley, Emerald Group Publishing Limited.
- FRASER, B. -NOLAN, W. (1981): "The association of deference with linguistic form", *International Journal of the Sociology of Language* 27, 93-109.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (1985): *Sintaxis oracional*, Sevilla: Alfar Universidad.
- (1987a): *Enlaces extraoracionales*, Sevilla: Alfar Universidad.
- (1987b): "El 'verbo' de enunciación", *Verba* 14, 149-167.
- (1987c): "Pragmática y relación intratextual: el caso de *hasta, incluso y ni siquiera*" *Estudios de Lingüística* (Universidad de Alicante) 4, 159-176.
- (1987d): "El adverbio de frase", *Revista de la Sociedad Española de Lingüística Aplicada* 3, 55-74.
- (1989): "De nuevo sobre la aposición", *Verba* 16, 209-236.
- (1990a): "Pragmática y sintaxis", *Discurso* 3, 39-56.
- (1990b): "La complejidad del artículo", *Anuario de Estudios Filológicos* 13, 85-102.
- (1990c): "Apéndices con valor apelativo", *Sociolingüística Andaluza* 5, 171-197
- (1991a): "El adyacente nominal", *Analecta Malacitana* 12, 2, 85-105.
- (1991b): "Algunas reflexiones sobre el concepto de modalidad", *Revista de la Sociedad Española de Lingüística Aplicada* 7, 93-108.
- (1991c): "Adverbios de modalidad", *Verba* 18, 275-321.
- (1991d): "El pronombre: dimensión enunciativa", *Estudios de Lingüística (Universidad de Alicante)*, 7, 159-173.
- (1993a): "Conclusivos y reformulativos", *Verba* 20, 171-198.

- (1993b): "Comportamiento discursivo de *bueno, bien, pues bien*", *Estudios de Lingüística (Universidad de Alicante)* 9, 205-221.
- (1993c): "Acercamiento a las unidades supraoracionales", *Philologia Hispalensis* 8, 7-23.
- (1994a): "Significado designativo y significado coordinativo", *Anuario de Estudios Filológicos- Cáceres*, XVII, 151-164.
- (1994b): "Los adverbios en el entorno pregunta-respuesta", *Anuario de Lingüística Hispánica* X, 131-161.
- (1994c): "Usos discursivos y orientación argumentativa: *de hecho, en efecto, efectivamente*", *Español Actual* 62, 5-18 (aparecido enero 1997).
- (1995a): "Polifonía y argumentación: los adverbios de verdad, certeza, seguridad y evidencia en español", *Lexis* XIX,1, 59-83.
- (1995b): "Funciones discursivas de *precisamente*", *Cauce* 18-19, 771-785.
- (1995a): "Modalidad y Conexión en el Español Coloquial", *Español Actual*. Vol. 63, 5-24.
- (1996a): *Aproximación a la estructura del texto*. Málaga, Ágora.
- (1996b): *La sintaxis de los relacionantes supraoracionales*, Madrid, Arco Libros.
- (1996c): *Ejercicios de Sintaxis supraoracional*, Madrid, Arco Libros.
- (1996d): "Los adverbios modales", en C. Fuentes Rodríguez -E. Alcaide Lara, *La expresión de la modalidad en el habla de Sevilla*, Sevilla, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, 15-259.
- (1996-7): "Variación sintáctica y estructuración informativa", *Philologia Hispalensis* XI, 1996-7, 227-244, (aparecido en 1998).
- (1997a): "Los conectores en la lengua oral: *es que* como introductor de enunciado", *Verba* 24, 237- 263.
- (1997b): "El lexema *caso* y su rendimiento en el ámbito de la conexión", *Pragmalingüística* 3-4 (1995-6), publicado en 1997, 329-349.
- (1998a): *El comentario lingüístico-textual*, Madrid, Arco Libros.
- (1998b): *Las construcciones adversativas*, Madrid, Arco Libros.
- (1998c): *Cuaderno práctico de morfosintaxis*, Madrid: Arco Libros.
- (1998d): "Estructuras parentéticas", *Lingüística Española Actual* XX/2, 137-174.

- (1998e): "Acercamiento a ciertos procesos argumentativos del texto oral", *Oralia* 1, 119-139.
- (1998f): "*Pero*, ¿cuál es su valor?", *Philologia Hispalensis* XII, 123-145.
- (1998g): "*Vamos*: un conector coloquial de gran complejidad", en M. A. Martín Zorraquino-E. Montolío (coords.), 177-192.
- (1999a): *La organización de la información en el texto*, Madrid, Arco Libros.
- (1999b): "*Pero / sino* y la orientación argumentativa", *Pragmalingüística* 5-6 (1997-1998), 119-151.
- (1999c): "Intertextualidad, información y argumentación: un caso práctico", *Anuario Estudios Filológicos*, XXII, 131-150.
- (1999d): "Lo oral en lo escrito: los enunciados parentéticos", *Moenia* 5, 225-246.
- (2000): *Lingüística Pragmática y Análisis del discurso*, Madrid, Arco Libros.
- (2001a): "*Además*, ¿un conector argumentativo", en R Guillén-P. Carbonero (coords.), *Sociolingüística Andaluza 12. Identidad lingüística y comportamientos diversos*, 149-186.
- (2001b): "Para nada", *Español Actual* 73, 2001, aparecido en 2002, 82-84.
- (2002a): "*Simplemente Feliz Navidad*: los marcadores de adecuación o relevancia enunciativa", *Oralia* 5, 29-51.
- (2002b): "*Solamente* y la función pragmática de la unicidad", *Lingüística Española Actual* 24, 2, 277-303.
- (2002c): "Los operadores argumentativos *simple, mero, puro y solo*", *Anuario de Estudios Filológicos* XXV, 83-101.
- (2003a): "Factores argumentativos y correlatos sintácticos", *Estudios lingüísticos de la Universidad de Alicante* 17, 289-304.
- (2003b): "Operador/conector, un criterio para la sintaxis discursiva", *RILCE* 19,1, 61-85.
- (2004a): "Enunciación, modalidad y aserción, tres clásicos", *Anuario de Estudios Filológicos*, XXVII, 121-145.
- (2004b): "*No en vano*: la operatividad del argumento", *Español Actual*, 81, 15-24.
- (2005a): "Hacia una sintaxis del enunciado", *Lingüística Española Actual*, XVII/1, 33-61.
- (2005b): "Operadores de preferencia", *Estudios de Lingüística*, Universidad de Alicante, 107-136.

- (2006a): “Operadores de intensificación del adjetivo: los cuantificadores escalares”, *Anuario de Estudios Filológicos*, Cáceres, XXIX, 35-53.
- (2006b): “¿Cortesía o descortesía? La imagen del entrevistado vs. la imagen del entrevistador”, *Revista Cultura, lenguaje y representación*, 3, Castellón, 73-88.
- (2007a): *Sintaxis del enunciado: los complementos periféricos*, Madrid, Arco Libros, Cuadernos de Lengua Española.
- (2007b): “Significado, discurso y contexto: “El *Total* es lo que cuenta”, Homenaje a Humberto López Morales, Universidad de Sevilla, 285-315.
- (2007c): “Lo que se dice: operador ostensivo metalingüístico”, *Lingüística en la Red*, 1-25.
- (2007d): “Operadores de Intensificación del Adjetivo: Cantidad y Evaluación”, *Rilce*, Revista de Filología de la Universidad de Navarra. Vol. 24. Núm. 1, 1-24.
- (2008a): “La Aproximación Enunciativa”, *Lingüística Española Actual*, Vol. 30. (2). 223-258.
- (2008b): “*Digamos* y sus variantes: entre la atenuación y la intensificación”, *Español Actual*, vol. 90, 77-103.
- (2008c): (en prensa): “Invalidación, Dialogismo y Cortesía: Es un decir”, *Revue de Semantique Et Pragmatique*, 95-119.
- (2009a): *Diccionario de conectores y operadores del español*, Madrid, Arco Libros.
- (2009b): “La Investigación Lingüística desde un Enfoque Pragmático”, *Estudios de Lingüística / Universidad de Alicante* . Vol. 21, 63-102.
- (2009c): “La expresión de la reserva enunciativa”, *Interlingüística*, 18, 22-37.
- (2009d): “El Debate Entre Zapatero y Rajoy: ¿Convencer a Quién? Estudio Textual e Interactivo”, *Tonos Digital: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, Vol. 18. 1-51.
- (2009e): “La argumentación en la lengua y la cortesía verbal ¿dos teorías distintas?”, *Actas de la XI Jornadas de Lingüística*, Universidad de Cádiz, 109-148.
- (2009f): “Parliamentary (im)politeness and argumentative forcé: “decirles, señorías, que... (to say, sirs, to you, that...)”, en G Álvarez Benito-G. Fernández Díaz-I. Íñigo (eds.), *Actas del I Congreso Internacional de Estrategias del Discurso Político/ Proceedings of the I International Conference on Political Discourse Strategies*, Sevilla, Mergablum, 63-80.

- (2009g): "Cuando la descortesía se convierte en agresividad: las listas de debates en el correo electrónico", en D. Bravo-N. Hernández-A. Cordisco (eds.), *Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español*, Estocolmo/Buenos Aires, Programa EDICE-Dunken, 303-339.
- (2010a): *La organización informativa del texto*, Madrid, Arco Libros.
- (2010b): *La gramática de la cortesía en español/LE*, Madrid, Arco Libros.
- (2010c): "La Aserción Parlamentaria: de la Modalidad al Metadiscurso", *Oralia*. Vol. 13, 97-126.
- (2010d): "Ideología e Imagen: la Ocultación en La prensa de la Violencia Social o Lo políticamente Correcto", *Discurso y Sociedad*, Vol. 4. (4), 853-892.
- (2010e): "Introducción" al Número Monográfico "Violencia y Discurso". *Discurso y Sociedad*. Vol. 4. (4) 643-648.
- (2010f): "Le voy a decir una cosa, pero no me diga usted...: el derecho a la palabra", en F. Orletti- L. Mariottini (eds.), 87-111.
- (2011a): "El Debate Entre Zapatero/Rajoy: Estudio Argumentativo", *Tonos Digital: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*. Vol. 20. 2011
- (2011b): "(Des)cortesía y violencia verbal: implicaciones lingüísticas y sociales", en C. Fuentes Rodríguez- E. Alcaide Lara- E. Brenes Peña (eds.), págs., 27-75.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C.- ALCAIDE LARA, E. (1996): *La expresión de la modalidad en el habla de Sevilla*, Sevilla, Servicios de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, 15-29.
- (2002): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*, Madrid, Arco Libros.
- (2007): *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*, Madrid, Arco Libros, Cuadernos de Lengua Española.
- (2008): *(Des)Cortesía, agresividad y violencia verbal en la sociedad actual*, Sevilla, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- (2009) (eds.): *Manifestaciones textuales de la (des)cortesía y agresividad verbal en diversos ámbitos comunicativos*, Sevilla, Servicio de Publicaciones de la Universidad Internacional de Andalucía.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C.- ALCAIDE LARA, E.- BRENES PEÑA, E. (eds.) (2011): *Aproximaciones a la (des)cortesía verbal*, Berna, Peter Lang.



- FUENTES RODRÍGUEZ, C.- MÁRQUEZ GUERRERO, M. (eds.) (2006): *Actitudes ante la inmigración: el reflejo lingüístico*, Sevilla, Junta de Andalucía, Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias.
- GALUÉ, D. (2002): “Marcadores conversacionales: un análisis pragmático”, *Boletín de Lingüística*, 18, 27-48.
- GARCÉS CONEJOS, P. (1993): “Revisión crítica de algunos de los postulados de la teoría de la cortesía propugnada por Brown y Levinson”, *Quaderns de Filologia: Studis Lingüistics I*, 43-61.
- (2009): “Impoliteness and identity in the American news media: The Culture Wars”, *Journal of Politeness Research* 5, 273-303.
- GARCÉS GÓMEZ, M. P. (2003): “Los marcadores de recapitulación y de reconsideración en el discurso”, *Revista de Investigación Lingüística* 1, Vol. 6, 11-141.
- (2008): *La organización en el discurso: marcadores de ordenación y reformulación*, Madrid, Vervuert.
- (2010): “Marcadores de corrección y rectificación en los textos escritos”, *Revista de Investigación Lingüística* 13, 87-105.
- (2011): “Las funciones de la repetición en discurso oral y sus implicaciones en la descortesía”, en C. Fuentes Rodríguez - E. Alcaide Lara- E. Brenes Peña (eds.), 365-377.
- (e. p.): “Proceso de reformulación en el discurso oral: corrección y rectificación”, *Español Actual* (2011).
- GARCÉS, P.- BOU, P. (2008): “Cortesía en las páginas web interactivas. El comercio electrónico”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 468-489.
- GARCÍA, C. (1989): “Disagreeing and Requesting by Americans and Venezuelans”, *Linguistics and Education* I, 229-322.
- (1993): “Making a request and responding to it: A case study of Peruvian Spanish speakers”, *Journal of Pragmatics* 19 (2), 127-152.
- (1999): “The three stages of Venezuelan invitation and responses”, *Multilingua* 18, 391-433.
- GARCÍA CANELLES, A. (2006): “La ironía socrática: un compromiso más allá de la dialéctica ética-filosófica”, en J. L. Blas Arroyo, M. Casanova Ávalos y M. Velando



- Casanova (eds.) *Discurso y Sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Castelló de la Plana, Publicaciones de la Universitat Jaume I, 243-254.
- GARCÍA ESCUDERO, J. M. (1996): *El insulto en la campaña electoral de 1996*, Logroño, El autor.
- GARCÍA GALERA, M<sup>a</sup> DEL CARMEN (2000): *Televisión, violencia e infancia*, Barcelona, Gedisa.
- GARCÍA IZQUIERDO, ISABEL (1998): *Mecanismos de cohesión textual. Los conectores ilativos en español*, Castelló de la Plana, Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- GARCÍA MEDAL, J. (2008): “El insulto desde la pragmática intercultural”, en A: Álvarez Tejedor et al. (eds.), *Lengua viva. Estudios ofrecidos a César Hernández Alonso*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 667-680.
- GARCÍA SILBERMAN, S. – LUCIANA RAMOS, L. (1998): *Medios de comunicación y violencia*, México, Instituto Mexicano de Psiquiatría.
- GARCÍA SILVA, D. (2000). *A repetição em narrativas de adolescentes: do oral ao escrito*, Universidad de Brasilia, Editora UnB, Fundação.
- GARCÍA VIZCAÍNO, M. J. (1995): “El uso de los apéndices moralizadores ¿no? y ¿eh? en español peninsular”, en L. Sayahi-M. Westmoreland, (eds.), *Selected Proceedings of the Second Workshop on Spanish Sociolinguistics*, Somerville, Cascadilla Proceedings Project, 89-101.
- (2010): “Quien no corre *vueling*: el cambio de código como estrategia de cortesía en publicidad”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 245-261.
- GARRIDO GARCÍA, J. (1999): “Los actos de habla. Las oraciones imperativas”, en Ignacio Bosque-V. Demonte (coords.), 3879, 3929.
- GARRIDO LORA, M. (2004): *Violencia, televisión y publicidad: análisis narrativo de los spots publicitarios de contenido violento*, Sevilla, Alfar.
- GAVIÑO RODRÍGUEZ, V. (2008): *EL español coloquial. Pragmática de lo cotidiano*, Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- GEYER, N. (2010): “Teasing and ambivalent face in Japanese multi-party discourse”, *Journal of Pragmatics* 42 (8), 2120-2130.
- GIL, J. M. (2005): “La amenaza y la invasión de la imagen: un par de universales pragmáticos”, *Clac, Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 22. Publicación electrónica en: <http://www.ucm.es/info/circulo/no22/gil.htm>.

- GOFFMAN, E. (1961): *Encounters: Two studies in the Sociology of Interaction*, Indianapolis, Bobbs-Merrill.
- (1967): *Interaction Ritual: Essays on face-to face Behavior*, Garden City, NY, Anchor/Doubleday.
- (1981): *Forms of Talk*, Philadelphia, University of Pensilvania Press
- GÓMEZ CAPUZ, J. (2002): “Mecanismos del lenguaje humorístico (con especial atención al nivel pragmático)”, *Oralia* 5, 71-105.
- GÓMEZ LLOMPART, J. L. (1982): *Los titulares en prensa*, Barcelona, Mitre.
- GÓMEZ MOLINA, J. R. (2002): “El insulto en la interacción comunicativa. Estudios sociolingüístico”, *Oralia* 3, 103-132.
- (2003): “El insulto: una aproximación sociolingüística”, en F. Moreno Fernández et al. (eds.), *Lengua, variación y contexto. Estudios dedicados a Humberto López Morales*, Madrid, Arco Libros, 639-653.
- (2006): “El análisis del insulto desde la etnografía del habla”, en M. Casado Velarde et al. (eds.), *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores. Actas del I Congreso Internacional*, Madrid, Arco Libros, 2231-2245.
- GÓMEZ SÁNCHEZ, M. E. (2004): “Cortesía lingüística: un ejemplo de equilibrio y reparación de la imagen en las tertulias radiofónicas”, *Español actual* 81, 41-46.
- (2008): “La configuración de la imagen pública: actividades de imagen en la entrevista política”, en J. L. Blas Arroyo et al. (eds.), *Discurso y Sociedad II. Nuevas contribuciones al estudio de la lengua en un contexto social*, Castellón de la Plana, Servicio de publicaciones de la Universidad Jaume I, 335-347.
- GÓMEZ TORREGO, L. (1994): *La impersonalidad gramatical: descripción y norma*, Madrid, arco Libros.
- GONZÁLEZ BALLESTEROS, L. [et al.] (1993): *Signos y cultura de violencia. Una investigación en el aula*, Córdoba, Universidad de Córdoba, Servicio de Publicaciones.
- GONZÁLEZ CONDE, M. J. (2005): “La credibilidad de la voz como aspecto persuasivo de creación radiofónica”, *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*, 6, 1-19.
- GONZÁLEZ DIOS, A. (2006): “Los comprobativos en el lenguaje afásico”, en B. Gallardo-C. Hernández-V. Moreno (eds): *Lingüística clínica y neuropsicología cognitiva. Actas del Primer Congreso Nacional de Lingüística Clínica*, 30-44.

- GONZÁLEZ SANS, M. (2010): “Las funciones del insulto en debates políticos televisados” *Discurso & Sociedad*, 4(4), 828- 852.
- GORDILLO, I. (1999): *Informativos en Andalucía: estructuras narrativas del informativo diario en televisión*, Sevilla, Junta de Andalucía.
- GRAINGER, K.-MILLS, S.-SIBANDA, M. (2010): “Just tell us what to do”: Southern African face and its relevance to intercultural communication”, *Journal of Pragmatics*, 2158-2171.
- GRANATO, L. (2003): “El lenguaje de estudiantes universitarios argentinos: interacción e imagen social”, en D. Bravo (ed.), 164-171.
- GRICE, P. (1975): “Logic and conversation”, en P. Cole-J. L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics: Speech acts*, Nueva York, Academic, Vol. 3, 41-58.
- (1978): “Further notes on logic and conversation”, en P. Cole (ed.), *Pragmatics, Syntax and Semantic 9*, Nueva York, Academic Press, 113-127.
- (1989): *Studies in the Way of Words*, Massachusetts/London, Harvard University Press
- GRUPO VA.ES.CO (2003): “Un sistema de unidades para el estudio del lenguaje coloquial”, *Oralia* 6, 7-61.
- GU, Y. (1990): “Politeness phenomena in modern Chinese”, *Journal of Pragmatics* 14 (2), 237-257.
- GUERRA, N. (2008): “El discurso conflictivo e interacciones coloquiales en inglés y en español. El uso de las fórmulas de tratamiento”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 224-239.
- GUIL, P.-PERNAS, P.- BORREGUERO, M. (2010): “Descortesía en la interacción dialógica de aprendices italiano hispanófonos de L2”, en F. Orletti.L. Mariottini (eds.), 679-705.
- GUTIÉRREZ ORDÓÑES, S. (1986): Variaciones sobre la atribución, León, Universidad.
- (1996a): “La periferia verbal II: complementos de verbo enunciativo y atributos de modalidad”, en A: Briz Gómez et al. (eds.), *Pragmática y gramática del español, hablado. Actas del II Simposio sobre Análisis del Discurso oral*, Zaragoza, Pórtico, 91-108.
- (1996b): “Sobre la argumentación”, en J.M. González Calvo-J. Terrón González (eds.), *Actas III Jornadas de metodología y didáctica de la lengua y literatura españolas: Lingüística del texto y pragmática*, Cáceres, Publicaciones de la Universidad de Extremadura, 91-119.

- (1997). *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios*. Madrid, Arco/Libros.
- HALE, J. (1975): *La radio como arma política*, Barcelona, Gustavo Gili, D.L.
- HARDAKER, C. (2010): “Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions”, *Journal of Politeness Research* 6 (2), 215-242.
- HARRIS, S. (2001): “Being politically impolite: extending politeness theory to adversarial political discourse”, *Discourse and Society* 12 (4), 451-472.
- HAUGH, M. (2010): “Jocular mockery, (dis)affiliation, and face”, *Journal of Pragmatics* 42 (8), 2106-2119.
- HAUGH, M.-BARGIELA-CHIAPPINI, F. (2010): “Face in interaction”, *Journal of pragmatics*, 42 (8), 2073-2077.
- HAVERKATE, H. (1978): “The vocative phrase in modern Spanish. A contribution to study of illocutionary functions”, en M. Zonneveld (ed.), *Linguistics in the Netherlands*, Lisse, De Rider, 43.63.
- (1979): *Impositive sentences in Spanish*, Amsterdam, NorthHolland Publishing Company.
- (1983a): “Strategies in linguistic action”, *Journal of Pragmatics* 7 (6), 637-656-
- (1983b): “Los actos verbales indirectos: el parámetro de la referencia no específica”, *Lingüística Española Actual* 5, 15-28.
- (1984): *Speech acts, Speakers and Hearers*, Amsterdam, John Benjamin Publishing Company.
- (1985): “La ironía verbal: análisis pragmalingüístico”, *Revista Española de Lingüística* 15 (2), 343-391.
- (1994): *La cortesía verbal*. Estudio pragmalingüístico, Madrid, Gredos.
- (1998a): “Estrategias de cortesía. Análisis intercultural”, en M. A. Celis-J. R. Heredia (eds.), *Lengua y cultura en la enseñanza de español a extranjeros. Actas del VII Congreso de ASELE*, Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha, 45-56.
- (1998b): “La contextualización discursiva como factor determinante de la realización del acto de habla interrogativo”, en H. Haverkate- G. Mulder-C. Fraile Maldonado (eds.), *La pragmática lingüística del español. Recientes desarrollos. Diálogos Hispánicos* 22, Rodopi, Amsterdam, 173-209.

- (2004): “El análisis de la cortesía comunicativa: categorización pragmañingüística de la cultura española”, en D. Bravo-A. Briz Gómez (eds.), 55-66.
- HAVERKATE, H.-HENGEVELD, K.-MULDER, G. (1993): *Aproximaciones pragmalingüísticas al español*. Amsterdam, Rodopi.
- HELD, G. (2005 [1992]: “Politeness in linguistic research”, en R. Watts et al. (eds.), 131-153.
- HERNÁNDEZ FLORES, N. (1999): “Politeness ideology in Spanish colloquial conversation: the case of advice”, *Pragmatics*, 9, 37-49.
- (2002): *La cortesía en la conversación española de familiares y amigos. La búsqueda del equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario*, Aalborg, Institut for Sprog Internationale Kulturstudier, Aalborg Universitet, Vol. 37.
- (2003a): “Cortesía y contextos socioculturales en la conversación de familiares y amigos”, en D. Bravo (ed.), 121-127.
- (2003b): “Los test de hábitos sociales y su uso en el estudio de de la cortesía: una introducción”, en D. Bravo (ed.), 186-197.
- (2004): “La cortesía como la búsqueda del equilibrio de la imagen social”, en Diana Bravo y Antonio Briz (eds.), *Pragmática sociocultural*, Barcelona, Ariel, 95-108.
- (2005): “Cortesía y oscilación de la imagen social en un debate televisivo”, en J. Murillo (ed.), 115-136.
- (2006): “Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía: tipos de actividades de imagen en un debate televisivo”, en J. L. Blas Arroyo-M. Casanova Ávalos-M. Velando casanova (eds.), *Discurso y sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Castelló de la Plana, Publicaciones de la Universitat Jaume I, 1583-1591.
- (2007): “La presencia de cortesía y sus características, en la conversación de familiares y amigos”, en L. Cortés Rodríguez et al. (eds.), *Discurso y oralidad. Homenaje al profesor J. J. de Bustos Tovar, Madrid, Arco Libros, Vol II, 693-702*.
- (2008a): “Politeness and other types of facework: commincated and social meaning in a television panel discusión” (Cortesía y otros tipos de actividades de imagen: significado comunicativo y social en un debate televisivo), *Pragmatics* 18 (4), 681-706.
- (2008b): “Politeness and other types of facework: communicated and social meaning in a television panel discussion”, *Pragmatics* 18 (4), 681-706.

- (2010): “Actividades de imagen en la publicidad institucional española: la confianza social en el sistema” en F. Orletti- L. Mariottini (eds.), Roma- Estocolmo, Universita degli Studi Roma.
- HERRERO MORENO, G. (1991): “Procedimientos de intensificación-ponderación en el español coloquial”, *Español actual*, 56, 39-51.
- (1992): “Las oraciones ecuacionales en español”, *Verba* 19, 201-222.
- (1995): “Las construcciones eco: exclamativas-eco en español”, en L. Cortés Rodríguez (ed.), *El español coloquial. Actas del I Simposio sobre análisis del discurso oral*, Universidad de Almería, 125-145.
- (2000): “El discurso polémico: el desacuerdo y los actos disentivos”, en J. J. de Bustos Tovar (ed.), *Lengua, discurso, texto: I Simposio Internacional de Análisis del Discurso*, Madrid, Visor, 1583-1595.
- (2002): “Los actos disentivos”, *Verba* 29, 221-242.
- HIDALGO DOWNING, R.-IGLESIAS RECUERO, S. (2009): “Humor e ironía: una relación compleja”, en L. Ruiz Gurillo-X. Padilla (eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres*, Frankfurt, Peter Lang, 423-455.
- HIDALGO NAVARRO, A. (1997): La entonación coloquial. Función demarcativa y unidades de habla. Anejo XXI de la *Revista de Cuadernos de Filología*, Valencia, Universidad de Valencia.
- (2000): “Entonación y conversación: sucesión de turnos y superposiciones de habla”, en J. J. Bustos Tovar et al. (eds.), *Lengua, discurso, texto: I Simposio de Análisis del Discurso*, Madrid, Visor Libros, 1595-1609.
- (2001): “Modalidad oracional y entonación. Notas sobre el funcionamiento pragmático de los rasgos suprasegmentales en la conversación”, *Moenia* 7, 271-292.
- (2006a): “Estructura e interpretación en la conversación coloquial: el papel del componente prosódico”, *Revista de Filología* 24, 129-151.
- (2006b): “La expresión de cortesía en español hablado: marcas y recursos prosódicos para su reconocimiento en la conversación coloquial”, en M. Vallayandre Llamazares (ed.), *Actas del XXXV Simposio Internacional de SEL*, Universidad de León, Publicación electrónica en <http://www3.unileon.es/dp/dfh/SEL/actas.htm>.

- (2007): “La prosodia como principio estructurador e interpretativo del discurso oral”, en L. Cortés Rodríguez et al. (eds.), *Discurso y oralidad. Homenaje al profesor J. J. de Bustos Tovar*, Madrid, Arco Libros, Vol. II, 567-582.
- (2009): “Modalización (des)cortés y prosodia: estado de la cuestión en el ámbito hispánico”, *Boletín de Filología de la Universidad de Chile* 44 (1), 161-195.
- HILLS, G. (1987): *Los informativos en radiotelevisión*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Ente Público RTVE.
- (2004): *La información en televisión*, Barcelona Gedisa.
- HOLMES, J. (2007): “Workplace narratives, professional identity and relational practice”, en Anna de Fina-Deborah Schiffrin-Michael Bamberg (eds.), Cambridge, Cambridge University Press, 166-187.
- HOLMES, J. – SCHNURR, S. (2005): “Politeness, humor and gender in the workplace: negotiating norms and identifying contestation”, *Journal of Politeness Research*, 1, 121-149.
- HOMLANDER, D. (2008): “Atenuación con y sin cortesía. Un estudio de conversaciones interculturales entre españoles y suecos”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 730-755.
- HUERTAS BAILÉN, A. – PERONA PÁEZ, J. J. (1999): *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*, Barcelona, Bosch.
- HUTCHBY, I. (1996): *Confrontation talk. Arguments, asymmetries, and power on talk radio*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- (2008): “Participants’ orientations to interruption, rudeness and other impolite acts in talk-interaction”, *Journal of Politeness research* 4 (2), 221-241.
- IDE, S. (1982): (1982): “Japanese Sociolinguistics Politeness and Women’s Language”, *Lingua* 57, 357-385.
- (1989): “Formal forms and discernment: two neglected aspects of universals of politeness”, *Multilingua* 8, 223-248.
- IDE, S. et al. (1986): “Sex Difference and Politeness in Japanese”, *International Journal of the Sociology of Language* 58, 25-36.
- IGLESIAS RECUERO, S. (2010): “Aportación a la historia de la (des)cortesía: las peticiones en el s. XVI”, en F. Orletti-L. Morattini (eds.), 369-399.



- IGUODALA, D. A. (2008): “Mujeres en el Congreso de los Diputados: estrategia de imagen en el discurso parlamentario femenino (Primera Legislatura), en A. Briz Gómez et al. (eds.), 240-254.
- ILIE, C. (2001): “Unparliamentary language: insults as cognitive forms of ideological confrontations”, en R. Drive (ed.), *Language and Ideology*, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, Vol. II, 235-260.
- (2004): “Insulting as (un)parliamentary practice in British and Swedish parliaments”, en P. Baley (ed.), *Cross-Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse*, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 45-86.
- INSTITUTO DE SOCIOLOGÍA APLICADA DE MADRID (1972): *Violencia y medios de comunicación social*, Madrid, Confederación Española de Cajas de Ahorro.
- JAKOBSON, R. (1957): “Shifters, verbal categories and the Russian verb”, in R. Jakobson (ed.), 1971, 130-147.
- (1971): *Selected Writings II: Word and Language*, Mouton, The Hague.
- (1984): *Ensayos de Lingüística General*, Barcelona, Ariel.
- JANNEY, R.-ARNDT, H. (1993): “Universality and relativity in cross-cultural politeness research: A historical perspective”, *Multilingua* 12, 13-50-
- (2005[1992]): “Intracultural tact versus intercultural tact”, en R. Watts et al. (eds.), 21-41.
- JARY, M. (1998): “Relevance theory and the communication of politeness”, *Journal of Pragmatics* 30 (1), 1-19.
- JUCKER, A. H. (1988): “The Relevance of Politeness”, *Multilingua* 7, 375-384.
- JUCKER, A. H.-TAATVITSAINEN, I. (2000): “Diachronic speech act analysis. Insults form flying to flaming”, *Journal of Historical Pragmatics* 1, 67-95.
- KASHER, A. (1986): “Politeness and rationality”, en J. D. Johansen-H. Sonne-H. Haberland (eds.), *Pragmatics and Linguistics. Festschrift for J. L. Mey*, Odense, Odense University Press, 103-114.
- KALTENBÖCK, G.-MIHATSCH, W.-SCHNEIDER, S. (2010): “Introduction”, en G. Kaletenböck.-W. Mihatsch-S. Schneider (eds.), *New Approaches to Hedging*, Howard House, Wagon Lane, Bingley, Emerald Group Publishing Limited.
- KASPER, G. (1990): “Linguistic politeness”, *Journal of Pragmatics* 14 (2), 193-218.



- KAUL DE MARLANGEON, S. (1995-2003 [1992]): “La fuerza de cortesía-descortesía y sus estrategias en el discurso tanguero de la década del ‘20’”, *RASAL*. Año III, 7-38. Edición electrónica en: [www.edice.org/Documentos/SKaul.pdf](http://www.edice.org/Documentos/SKaul.pdf).
- (1995-1998): “Usos estratégico de la ironía”, *Anales del instituto de Lingüística*, 18-21, 141-150
- (2005a): “Descortesía intragrupal-crónica en la interacción coloquial de clase media baja del español rioplatense”, en J. Murillo (ed.), 37-54.
- (2005b): “Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad. El discurso tanguero de la década de los ‘20’”, en D. Bravo (ed.), 229-318.
- (2008a): “La descortesía en contextos institucionales y no institucionales”, *Pragmatics*, 18 (4), 729-749.
- (2008b): “Tipología del comportamiento verbal descortés en español”. En A. Briz Gómez et al. (eds.), 254-266.
- (2009): “Estereotipo y descortesía en chistes étnicos. Aplicación a los relativos a las comunidades española y argentina”, en *Estudios sobre lengua, sociedad y cultura (Homenaje a Diana Bravo)*, Estocolmo, Universidad de Estocolmo.
- (2010): “Perspectiva topológica de la descortesía verbal. Comparación entre algunas comunidades de práctica de descortesía en el mundo hispanohablante”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 71-87.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1986): *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Hachette.
- (1996): *La conversation*, Paris, Seuil.
- (1997): “A multilevel approach in the study of talk-in-interaction”, *Pragmatics* 7 (1), 1-20.
- (2004): “Es universal la cortesía”, en D. Bravo-A. Briz Gómez (eds.), 39-54.
- KIENPOINTNER, M. (1997): “Varieties of rudeness: types and functions of impolite utterance”, *Function of Language* 4 (2), 251-287.
- (1999): “Ideologies of politeness”, *Special Issue of Pragmatics* 9 (1), 1-4.
- (2008): “Impoliteness and emotional arguments”, *Journal of Politeness Research* 4 (2), 243-265.
- KLOTZ, P. (1999): “Politeness and political correctness: ideological implications”, *Pragmatics*, 9, 155-161.

- KOIKE, D. (1989): "Requests and the role of deixis in politeness", *Journal of Pragmatics* 13 (2), 187-202.
- KONIG, E. (1991): *The meaning of focus particle*. London, Routledge.
- KOVACCI, O. (1986): "Sobre los adverbios oracionales", *Estudios de gramática española*, Buenos Aires, Hachette, 163-178.
- (1990-92): *El comentario gramatical*, Madrid, Arco Libros.
- (1999): "El adverbio", en I. Bosque-V. Demonte (coords.), 705-786.
- KREICHMAN, R. B. (2000): "Humor: deconstrucción y dialogicidad" en J. J. de Bustos Tovar et al. (eds.), *Lengua, discurso, texto: I Simposio Internacional de Análisis del Discurso*, 1975-1986.
- LACHENICHT, L. (1980): "Aggravating Language: a study of abusive and insulting language", *Paper in Linguistics* 13 (4), 678-687.
- LAKOFF, G. (1972): "Hedges: A Study in Meaning Criteria and the Logic of Fuzzy Concepts", en P. Peranteau-J. Levi-G. Phares (eds.), *Papers from the Eighth Regional Meeting*, Chicago Linguistics Society (CLS 8), 183-228.
- LAKOFF, R. (1972): "Hedges: A Study in Meaning Criteria and the Logic of Fuzzy Concepts", en P. Peranteau-J. Levi-G. Phares (eds.), *Papers from the Eighth Regional Meeting*, Chicago Linguistics Society (CLS 8), 183-228.
- (1973): "The Logic of Politeness, or Minding your P's and Q's", en A: Rogers-B. Wall-J. M. Murphy (eds.), *Proceedings of Texas conference on performatives, presuppositions, and implicatures*, Arlington, Center of Applied Linguistics, 79-105.
- (1979): "Stylistic strategies within a grammar of style", en J. Orasanu-M. K. Slater-L. L. Alder (eds.), *Language, sex and gender: Does la difference make a difference?*, Nueva York, New York Academy of Science, 53-78.
- (1989): "The limits of politeness: therapeutic and courtroom discourse", *Multilingua* 8 (2/3), 101-129.
- (1990): *Talking power: the politics of language in our lives*, Glasgow, Harper Collins.
- (2005): "Civility and its discontents: Or, getting in your face", en R. Lakoff-S. Ide (eds.), 23-43
- (2007): "Identity à la carte: you are what you eat", en Anna de Fina-Deborah Schiffrin-Michael Bamberg (edrs.), Cambridge, Cambridge University Press, 143-165.
- LAKOFF, R.-IDE, S. (eds.) (2005): *Broadening the horizons of linguistic politeness*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.

- LAPESA, R. (1970): "Personas gramaticales y tratamiento en español", *Revista de la Universidad de Madrid* 74, 141-167.
- LAVANDERA, B. (1988): "The social Pragmatics of politeness Forms", en U. Ammon-N. Dittmar (eds.), *Sociolinguistics. An international Handbook of the Science of Language and Society*, Berlín/Nueva York, Walter de Gruyter, 1196-1205.
- LÁZARO CARRETER, F.- CORREA CALDERÓN, E. (1974): *Cómo se comenta un texto literario*, Madrid, Cátedra.
- LEECH, G. N. (1980): *Explorations in Semantics and Pragmatics*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- (1983): *Principles of Pragmatics*, Londres, Longman.
- (1999): "The distribution and Function of Vocative in American and British English Conversation", en H. Hasselgard-S. Oksefield (eds.), *Out of corpora: Studies in Honour of Stig Johansson*, Amsterdam, Rodopi, 107-118.
- (2003): "Towards an anatomy of politeness in communication", *International Journal of Pragmatics* 14, 101-123.
- (2005): "Politeness: is there an East-West divide?", *Journal of Foreign Languages* 6, 1-29.
- LEVINSON, S. (1983): *Pragmatics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- LIM, T. S.-BOWERS, J. (1991): "Facework, Solidarity, Approbation and Tact", *Human Communication Research* 17, 415-450.
- LLORENTE ARCOCHA. M. T. (1996): *Organizadores de la conversación. Operadores discursivos en español*, Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia.
- LO CASCIO, V. (1998): *Gramática de la argumentación*, Madrid, Alianza.
- LOCHER, M. A. (2004): *Power and politeness in action. Disagreements in oral communications*, Berlín, Mouton de Gruyter.
- (2006): *Advice Online: Advice-giving in an American Internet Health Column*, Amsterdam, Philadelphia, PA, John Benjamins.
- (2010): "Introduction: Politeness and impoliteness in computer-mediated communication", *Journal of Politeness research* 6 (1), 1-5.
- LOCHER, M. A.- BOUSFIELD, D. (2008): "Introduction. Impoliteness and power in language", en D. Bousfield.M. A. Locher (eds.), 1-16.

- LOCHER, M. A.-WATTS, R. J. (2005): "Politeness theory and relational work", *Journal of politeness research*, (1), 9-33.
- (2008): "Relational work and impoliteness: negotiating norms of linguistic behavior", en D. Bousfield-M.A. Locher (eds.), 77-101.
- LÓPEZ, C. A.-ÁLVAREZ MURO, A. (2010): "Cortesía y estigma en el discurso sobre el Síndrome de Down", en F. Orletti, L. Mariottini (eds.), 167-183.
- LÓPEZ MARTÍN, J. M. (2004): "*Después de todo*: conector supraoracional", *Español Actual* 81, 29-41.
- (2006a): "Proceso de Lexicalización y Gramaticalización de *Después de todo*: conector supraoracional", en J. Rodríguez- D. M. Sáez (coords.), *Actas del V Congreso Nacional de la Asociación de Jóvenes Investigadores de Historiografía e Historia de la Lengua Española*, 323-335.
- (2006b): "Inmigrantes en la red", en C. Fuentes Rodríguez-M. Márquez Guerrero (eds.), 191-233.
- (2007): "La violencia en las ondas. El discurso descortés de Federico Jiménez Losantos", *Interlingüística* 18, 651-660.
- (2010): "Radio e ideología: la ridiculización a través del lenguaje". *Discurso y Sociedad*, págs. 763-791.
- (2011): "La expresión (des)cortés de la discrepancia en la tertulia radiofónica", en C. Fuentes Rodríguez-E. Alcaide Lara-E. Brenes Peña (eds.), 409-425.
- (e.p.): "*De cuyo nombre no quiero acordarme*. Las oraciones de relativo entre la Edad Media y los Siglos de Oro", en *VII Congreso Nacional de la Asociación de Jóvenes Investigadores de Historiografía e Historia de la Lengua*, Alcalá de Henares, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá de Henares.
- LÓPEZ SAKO, N. I. (2008): "Is positive face a universally valid concept?: Toward a new model of face in politeness theory, en J. L. Blas Arroyo et al. (eds.), *Discurso y Sociedad II. Nuevas contribuciones al estudio de la lengua en un contexto social*, Castellón de la Plana, Servicio de publicaciones de la Universidad Jaume I, 361-373.
- LORENZO- DUS, N. (2009): "You are barking mad, I'm out: Impoliteness in broadcast talk", *Journal of Politeness Research* 5, 159-187.
- LUENGO BENEDICTO, J. T. (2010): *Cómo elaborar informativos en radio*, Sevilla/ Zamora, Comunicación Social.

- LUGINBÜHL, M. (2007): “Conversational violence in political TV debates”, *Journal of Pragmatics* 39 (11), 1371-1388.
- LUQUE, J. D.-PAMIES, A.-MANJÓN, F. J. (2000): *Diccionario del insulto*, Barcelona, Península.
- LUZÓN MARCO, M.J. (2000): “Discurso e ideología: la representación de las minorías en la prensa”, en J. J. de Bustos Tovar et al. (eds.), *Lengua, discurso, texto: (I Simposio Internacional de Análisis del Discurso)*, Madrid, Visor Libros, 2023-2034.
- MALDONADO, C. (1999): “Discurso directo y discurso indirecto”, en I. Bosque- V. Demonte (coords.), 3549-3597.
- MANCERA RUEDA, A. (2008): “La reformulación en el discurso periodístico: una muestra de oralidad *fingida*”, *Oralia*, 11, pp. 353-374.
- MAO, L. (1994): “Beyond politeness theory: ‘Face’ revisited and renewed”, *Journal of Pragmatics* 21 (5), 451-468.
- MAPELLI, G. (2010): “Políticos cara a cara: actividades de imagen en el debate electoral”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 557-575.
- MARTÍNEZ, G. (2008): “Eslóganes y cortesía: diferencias en la gestión interpersonal de la imagen social entre la publicidad televisiva emocional-sensorial y la racional”, A. Briz Gómez et al. (eds.), 556-587.
- MARIMÓN LLORCA, C. (2004-2005): “Sobre el sentido irónico en español. Aspectos pragmáticos y lexicográficos”, *EPOS*, XX-XXI, 33-54.
- MARIOTTINI, L. (2008): “Cibercortesía: estrategias de toma del turno en los chats”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 489-503.
- MÁRQUEZ GUERRERO, M. (2006): “Los aludidos eludidos: la invisibilidad simbólica de los inmigrantes”, en C. Fuentes Rodríguez- M. Márquez Guerrero (eds.), 85-115.
- (2007): Estrategias de descortesía al servicio de la persuasión”, *Tonos Digital*.
- MÁRQUEZ REITER, R. (2002): “Estrategias de cortesía en el español hablado en Montevideo”, en M. E. Placencia-D. Bravo (eds.), 89-106.
- MÁRQUES REITER, R-PLACENCIA, M. E. (2004): *Current Trends in the Pragmatics of Spanish*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- MARTÍN- CARO SÁNCHEZ, M. A. (2000): *La radio del siglo XXI*, Madrid, Fragua.

- MARTÍN ZORRAQUINO, M. A. (1991): “Partículas y modalidad”, en G. Holtus et al. (eds.), *Lexicon der Romanistischen Linguistik*, Tübingen, Max Niemeyer, Vol. VI, tomo I, 110-124.
- (1992): “Gramática del discurso. Los llamados marcadores del discurso”, en J. M. Bleca et al. (eds.), *Actas del Congreso de la lengua española*. Sevilla, 7 al 10 de octubre de 1992, Madrid, Instituto Cervantes, 709-720.
- (1993): “Algunas observaciones sobre *claro* como operador pragmático en español actual”, en G. Hilty (ed.), *XXe Congrès International de Linguistique et Philologie Romanes*, Tübingen-Basilea, Francke, Vol. I, 467-478.
- (1994a): “Sintaxis, semántica y pragmática de algunos adverbios oracionales asertivos en español actual”, V. Demonte (ed.), *Gramática del español*, México D. F., El Colegio de México, 557-590.
- (1994b): “*Bueno* como operador pragmático en español actual”, en A. Alonso-B. Garza-J. A. Pascual (eds.), *II Encuentro de lingüistas y filólogos de España y México*, Salamanca, Universidad de Salamanca, 403-412.
- (1998a): “Estructura de la conversación y marcadores del discurso en español actual”, en M. D. Muños Núñez-M. Casas Gómez (eds.), *IV Jornadas de Lingüística*, Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 223-265.
- (1998b): “Los marcadores del discurso desde el punto de vista gramatical”, en M. A. Martín Zorraquino-E. Monotolío Durán (coords), 19-54.
- (1999): “Los marcadores del discurso”, en I. Bosque – V. Demonte (coords.): *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid, Espasa Calpe, Vol. III, 4051-4244
- (2001): “Marcadores del discurso y estrategias de cortesía verbal en español”, en M. I. Montoya Ramírez (ed.), *La lengua española y su enseñanza*, Granada, Universidad de Granada, 55-74.
- (2003): “Marcadores del discurso y diccionario: sobre el tratamiento lexicográfico de *desde luego*”, en M. T. Echenique Eliazondo-J. Sánchez Méndez (eds.), *Lexicografía y Lexicología en Europa y América. Homenaje a Günter Haensch en su 80 aniversario*, Madrid, Gredos.
- (2006): “Los marcadores del discurso en español: balance y perspectivas para su estudio”, en M. Casado Velarde-R. González Ruiz-V. Romero Gualda (coords.),

- Análisis del discurso: lengua, cultura, valores: Actas del I Congreso Internacional*, Madrid, Arco Libros.
- (2009): “La investigación sobre la periferia oracional: ¿un campo específico?”, *Interlingüística* 18, 43-64,
- MARTÍN ZORRAQUINO, M. A.-MONTOLÍO DURÁN, E. (1998): *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*, Madrid, Arco Libros.
- MARTÍN ZORRAQUINO, M. A. – PORTOLÉS LÁZARO, J. A. (1999): “Los marcadores del discurso”, en I. Bosque – V. Demonte (coords.): *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid, Espasa Calpe, Vol. III, 4051-4244.
- MARTINET, J. A. (1987[1985]): *Sintaxis General*, Madrid, Gredos.
- MARTÍNEZ COSTA, M.-DÍEZ UNZUETA, J. R. (2005): *Lenguaje, géneros y programas de radio. Introducción a la narrativa radiofónica*, Pamplona, Eunsa.
- MARTÍNEZ LARA, J. A. (2009): “Los insultos y palabras tabúes en las interacciones juveniles. Un estudio sociopragmático funcional”, *Boletín de Lingüística de la Universidad Central de Venezuela*, 31, 59-85.
- MATELSKI, M. (1992): *Ética en los informativos de televisión*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Ente Público RTVE.
- MATLOCK, C. A. (1985): *A time and a season*, Nueva York, Silhouette Books.
- MATLOCK, T. (1989): “Metaphor and the Grammaticalization of Evidentials”, *BLS* 14, 15-25.
- MATSUMOTO, Y. (1988): “Reexamination Of the universality of face: Politeness Phenomena in Japanese”, *Journal of Pragmatics* 12 (4), 403-426.
- MAYORAL, J. A. (1994): *Figuras retóricas*, Madrid, Síntesis.
- MEDINA LÓPEZ, J. (1990): “Sobre los conceptos de *poder* y *solidaridad* en las formas de tratamiento”, en M. A. Álvarez Martínez (ed.) *Actas del Congreso de la Sociedad Española de Lingüística. XX Aniversario Tenerife*, (2-6 de abril), Madrid, Gredos, Vol. II, 630-638.
- (2010): “El tuteo presidencial: ¿descortesía o cambio de ‘talante’?”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 209-221.
- MEIER, A. (1995): “Passages of politeness”, *Journal of Pragmatics* 24 (4), 381-392.
- MERAYO PÉREZ, A. (1992): *Para entender la radio: estructura del proceso informativo radiofónico*, Salamanca, Universidad Pontificia de salamanca.



- MEYER-HERMANN, R. (1988): "Atenuación e intensificación /análisis pragmático de sus formas y funciones en español hablado", *Anuario de Estudios Filológicos* XI, 275-290.
- MICHE, E. (1998): *Secuencias discursivas el desacuerdo*, Santiago de Compostela, Universidad.
- MILLÁS J. (e.p.): *¡¡Y yo en la tuya!! El insulto y el genio de la lengua*. Publicación electrónica en <http://jamillan.com/insulto2.htm>.
- MILLS, S. (2003): *Gender and Politeness*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MÓCCERO, L. (2003): "Las selecciones pronominales como estrategias de cortesía", en D. Bravo (ed.), 346-354.
- MOESCHLER, J. (1985): *Argumentation et conversation*, Paris, Hatier.
- MOLINER, M. (2008[1966-67]): *Diccionario del uso del español*, Madrid, Gredos.
- MONTAÑEZ MESAS, M. P. (2007): "Marcadores del discurso y posición final: la forma ¿eh? en la conversación coloquial española", *ELUA*, 21, 1-20.
- MORENO BENÍTEZ, D. (2006): "Denominación de los inmigrantes en el lenguaje periodístico actual" en C. Fuentes Rodríguez-M. Márquez Guerrero (eds.), 21-63.
- (2006): "*Nafragio administrativo: la dimensión argumentativa de los adjetivos relacionales*" en C. Fuentes Rodríguez -M. Márquez Guerrero (eds.), 135-155.
- (2010): "*De 'violencia doméstica' a 'terrorismo machista': el uso argumentativo de las denominaciones en prensa*", *Discurso y Sociedad* 4 (4), 893-917.
- (2011): "Descortesía y violencia verbal en lo jóvenes: la relación con otros miembros de la familia", en C. Fuentes Rodríguez-E. Alcaide Lara-E. Brenes Peña (eds.), 461-476.
- (e.p.): *La dimensión argumentativa de los adjetivos relacionales*. Tesis doctoral.
- MORENO BENÍTEZ, D.- LÓPEZ MARTÍN, J. M. (2009): "Agresividad verbal en la escuela", en C. Fuentes Rodríguez -E. Alcaide Lara (eds.), 118-139.
- MORENO CABRERA, J. C. (1983): "Las perífrasis de relativo", *Serta Philologica F. Lázaro Carreter I*, Madrid, Cátedra, 455-467.
- MUECKE, D. C. (1982): *Irony and the ironic*, Methuen, Aesthetics.
- MULDER, G. (1993): "*Por qué no coges el teléfono?: acerca de os actos de habla indirectos*", en H. Haverkate-K. Hengeveld-G. Mulder (eds.), 181-207.
- MURILLO, J. (ed.) (2005): *Actas del II Coloquio Edice*. Publicación electrónica en [www.edice.org](http://www.edice.org).
- NARBONA, A. (1985): *Sintaxis española: nuevos y viejos enfoques*. Barcelona, Ariel.



- (1989-90): *Las subordinadas adverbiales impropias en español*, Málaga, Ágora.
- NARBONA, A.- CANO, R.- MURILLO, R. (1989): *El español hablado en Andalucía*, Barcelona, Ariel.
- NAVARRO TOMÁS, T. (1974[1944]): *Manual de entonación española*, Madrid, Guadarrama.
- NAVAS RUIZ, R. (1977): *Ser y Estar. El sistema atributivo del español*. Salamanca, Almar.
- NOBILIA, M. V. (2004): “La ironía en los chats. Una forma de preservar las imágenes y administrar los conflictos en las conversaciones mediadas por computadoras”, en D. Bravo y A. Briz Gómez (eds.), 371-396.
- (2008): “La construcción de la imagen en los chats”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 503-538.
- NUYTS, J. (2001): “Subjectivity as an evidential dimension in epistemic modal expressions”, *Journal of Pragmatics* 33 (3), 383-400.
- NWOYE, O. G. (1992): “Linguistic politeness and socio-cultural variations of the notion of face”, *Journal of Pragmatics* 18 (4), 309-328.
- OASHI, J. (2008): “Linguistic rituals for thanking in Japanese: Balancing obligations”, *Journal of Pragmatics* 40, 2150-2174.
- (2010): “Balancing obligations: Bowing and linguistic features in thanking in Japanese”, *Journal of Politeness Research* 6 (2), 123-214.
- OCAMPO ÁLVAREZ, D. (2002): “El insulto como acto de habla expresivo: un intento fervoroso aún no preciso”. Publicación electrónica en <http://www.uh.cu/facultades/flex/insult.pdf>.
- O'DRISCOLL, J. (1996): “About face: A defense and elaboration of universal dualism”, *Journal of Pragmatics*, 25 (1), 1-32.
- ORLETTI, F.-MARIOTTINI, L. (eds.) (2010): *Descortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio*, Madrid/Roma, Università degli Studi di Roma Tre-EDICE.
- OROZCO, L. (2008): “Peticiones corteses y factores prosódicos”, en E. Herrera y P. Martín Butragueño (eds.), *Fonología Instrumental. Patrones fónicos y variación*. México. El colegio de México, 335-355.
- (2010): “Diferencias de género en el trato pronominal”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 151-167.

- ORTEGA OLIVARES, J. (1985): “Apéndices modalizadores en español: los comprobativos”, en J. Montoya Martínez-J. Paredes Núñez (eds.), *Estudios dedicados al profesor Andrés Soria Ortega*, Granada, Universidad de Granada, 239-255.
- PADILLA, X. (2004a): “El tono irónico: estudio fonopragmático”, *Español Actual* 81, 85-98.
- (2004b): “Del oyente receptor al oyente combatiente”, *ELUA* 18, 213-230.
- (2009): “Marcas acústico-melódicas: el tono irónico”, en L. Ruiz-X. Padilla (eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres*, Frankfurt, Peter Lang, 135-166.
- PADILLA, X.-ALVARADO, B. (2008): “Las ironía o cómo enmascarar un acto supuestamente amenazante”, en A. Briz Gómez et al. (eds.), 419-435.
- PALMER, F. R. (1986): *Mood and Modality*, Cambridge, Cambridge University Press.
- PAN, Y. (2011): “Historical vs. contemporary Chinese linguistic politeness”, *Journal of Pragmatics* 43 (6), 1525-1539.
- PATRONA, M. (2006): “Constructing the expert as public speaker: Face considerations on floor-claiming in Greek television discussion programs”, *Journal of Pragmatics* 38 (12), 2124-2143.
- PAVEZ PHILIPS, L. (2002): “*Damitas hermosas por que se esconden?*” *Cortesía lingüística e imagen en las salas de Chat*. Tesis Doctoral, Universidad de Costa Rica.
- PELEGI, G.-GONZÁLEZ ROYO, C. (2006): “Sátira política y sistema”, en J. L. Blas Arroyo, M. Casanova Ávalos y M. Velando Casanova (eds.) *Discurso y Sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, 299- 306.
- PENMAN, R. (1990): “Face work and politeness: multiple goals in Courtroom discourse”, *Journal of Language and Social Psychology* 9 (1-2), 15-38.
- PINTO, D. (2010): “La cortesía subtitulada. Un análisis de las peticiones en el cine español y los correspondientes subtítulos en inglés”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 315-331.
- PLACENCIA, M. E. (1996): “Politeness in Ecuatorian Spanish”, *Multilingua* 15 (19), 15-34.
- (1998): “Pragmatic variation: Ecuatorian Spanish vs. Peninsular Spanish”, *Spanish Applied Linguistics* 2, 71-106.
- (2007): “El estudio de la cortesía en español: presente y futuro”, en L. Cortés Rodríguez et al. (eds.), *Discurso y oralidad. Homenaje al profesor J. J. de Bustos Tovar*, Madrid, Arco Libros, Vol. I, 113-136.
- PLACENCIA, M. E.-GARCÍA, C. (eds.) (2007): *Research on Politeness in the Spanish-Speaking World*, Mahwah, N. J. , Lawrence Erlbaum.

- PLACENCIA, M. E.-BRAVO, D. (eds.) (2002): *Actos de habla y cortesía en español*, Muenchem, Lincom Europa.
- PLANTIN, CH. (1998): *La argumentación*, Barcelona, Ariel.
- PLUNGIAN, V. (2001): "The place of evidentiality within the universal grammatical space", *Journal of Pragmatics* 33 (3), 349-357.
- POMERANTZ, A. (1984): "Agreeing and disagreeing with assessments: some futures of preferred/dispreferred turn shapes", en M. Atkinson-J. Heritage (eds.), *Structure of Social Action. Studies in Conversation Analysis*, Cambridge, Cambridge University Press, 57-101.
- PONS, S. (1998a): *Conexión y conectores*. Valencia, Universidad de Valencia.
- (1998b): "Oye y mira o los límites de la conexión", M. A. Martín Zorraquino-E. Montolío Durán (coords.), 213-228.
- (2003): "From Agreement to Stressing and Hedging: spanish *bueno* and *claro*", en G. Held (ed.), *Partiken und höflichkeit*, Frankfurt, Peter Lang, 219-236.
- PORTELA SANTACATALINA, A. (1996): "Oraciones interrogativas y expresiones de amenaza como negación", en A. Briz Gómez (ed.), *Pragmática y gramática del español hablado. Actas del II Simposio sobre Análisis del Discurso Oral*, Zaragoza, Pórtico, 357-362.
- PORTOLÉS, J. (1998): *Los marcadores del discurso*. Barcelona, Ariel.
- POTTER, W. J. (1999): *On media violence*, Thousand Oaks, Sage.
- POYATOS, F. (1994): *La comunicación no verbal*, Madrid, Istmo.
- QUILIS, A. (1983). *La concordancia gramatical en la lengua española hablada en Madrid*. Madrid, CSIC.
- RAMÍREZ GELEVES, S. (2003): "La partícula *eh* y la Teoría de la Relevancia. Un ejemplo de contenido procedimental", *Estudios Filológicos* 38, 157-177.
- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA (1973): *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*, Madrid, Espasa Calpe.
- (2009): *Nueva gramática de la lengua española*, Madrid, Espasa Calpe.
- *Diccionario de la lengua española (DRAE)*, edición electrónica en [www.rae.es](http://www.rae.es).
- RETIS, J (coord.) (2010): *Los informativos diarios en BBC y TVE: los discursos de sus profesionales y receptores*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- REYES, G. (1984): *Polifonía textual: la citación en el lenguaje literario*, Madrid, Gredos.

- (1990): *La pragmática lingüística: el estudio del uso del lenguaje*, Madrid, Montesinos.
- (1994): *Los procedimientos de cita: citas encubiertas y ecos*, Madrid, Arco Libros.
- (1995a): *Los procedimientos de cita: estilo directo y estilo indirecto*, Madrid, Arco Libros.
- (1995b): *El abecé de la pragmática*, Madrid, Arco Libros.
- RODERO ANTÓN, E.- ALONSO GONZÁLEZ, C. M. – FUNTES ABAD, J. A. (2004): *La radio que convence. Manual para creativos y locutores de radio*, Barcelona, Ariel.
- RODRÍGUEZ ALFANO, L.-JIMÉNEZ MARTÍN, E. (2010): “El halago en boca propia es vituperio. Usos del halago de ‘ándale’ como estrategias de cortesía”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 131-151.
- RODRÍGUEZ CALVO, F. J. (2001): *La cortesía verbal en la expresión de la cortesía en español*. Málaga: ASELE.
- RODRÍGUEZ MUÑOZ, F. J. (2008): “Estudio sobre las funciones pragmadiscursivas de ¿no? y ¿eh? en el español hablado”, *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada* 47, (I), 83-101.
- RODRÍGUEZ PONCE, M. I. –AMADOR MORENO, C. (2010): “Marcadores del discurso y la enseñanza de lenguas: oye y la (des)cortesía verbal”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 705-721.
- ROLDÁN, Y. (2000): “Correlatos acústicos de actos de habla atenuados del español de Chile”, *Onomazein*, 5, 107-118.
- ROULET, E. [et al.] (1991): *L' Articulation du discours en français contemporain*, Bernal/ Nueva York, Peter Lang.
- RUDANKO, J. (2006): “Aggravated impoliteness and two types of speaker intention in an episode in Shakespeare’s *Timon of Athens*”, *Journal of Pragmatics* 38 (6), 829-841.
- RUHI, S. (2010): “Face as an indexical category in interaction”, *Journal of Pragmatics*, 2131-2146.
- RUIZ GURILLO, L.-MARIMÓN, C.-PADILLA, X. A.-TIMOFEEVA, L. (2004): El proyecto Grial para la ironía en español: conceptos previos. *ELUA*, 18, 231-242.
- RUIZ GURILLO, L.-PADILLA, X. (eds.) (2009). *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía*. Frankfurt, Peter Lang. (ISBN: 978-3-631-58129-2).

- SAMRA-FREDERIKS, D. (2010): "Ethnomethodology and the moral accountability of interaction: Navigating the conceptual terrain of 'face' and face-work", *Journal of Pragmatics*, 2147-2157.
- SÁNCHEZ, C. (1994): *Las tertulias de la radio*, Salamanca, Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca.
- SANCHO CREMADES, P. (2002): "La desautomatización de las unidades fraseológicas en el discurso publicitario", en M. Tadea (ed.), *IV Congreso de Lingüística General*, Cádiz, Vol. IV, 2319-2328.
- SANMARTÍN, J.-GRISOLÍA, J. S.-GRISOLÍA, S. (1998): *Violencia, televisión y cine*, Barcelona, Ariel.
- SCHRADER-KNIFFKI, M. (ed.) (2006): *La cortesía en el mundo hispánico. Nuevos contextos, nuevos enfoques metodológicos*, Madrid, Vervuert Iberoamericana.
- SCHWARZMANTEL, J. (2008): *Ideology and politics*, London, Thousand Oaks CA: SAGE.
- SCOLLON, R.-SCOLLON, S. (1983): "Face in interethnic communication", en J. C. Richards-R. W. Schmidt (eds.), *Language and communication*, Londres, Longman, 156-188.
- (1995): *Intercultural Communications*, Oxford, Blackwell.
- (2001): *Intercultural communication: A discourse Approach*, Massachusetts, Blackwell.
- SEARLE, J. (1969): *Speech Acts: An essay in the philosophy of language*, Cambridge, Cambridge University.
- (1975): "Indirect Speech Acts", en P. Cole-L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics*, Nueva York Academic Press, Vol. 3, 59-82.
- (1979): *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts*, Cambridge, Cambridge University.
- (1986): *Actos de habla*, Madrid, Cátedra.
- SECO, M.-ANDRÉS, O.-RAMOS, G. (1999): *Diccionario de español actual*, Madrid, Aguilar.
- SHIRO, M. (2008): "Interacción y cortesía en las narraciones infantiles", en a. Briz Gómez et al. (eds.), 755-774.
- SIMON, B. (2004): *Identity in Modern Society. A Social Psychological Perspective*, Blackwell, Oxford.
- SKOTAREK, B. (2003): *Categoría de la modalidad en español*, Poznan, Ars Nova.

- SOENGAS, X. (2003): *Informativos Radiofónicos*, Madrid, Cátedra.
- SON JANG, J. (2010): “Fórmulas de tratamiento pronominales en los jóvenes universitarios de Medellín (Colombia) desde la óptica sociopragmática: estrato socioeconómico y sexo”, *Íkala*, 15 (26), 43-116.
- SOSA, J. M. (1999): *La entonación del español: su estructura fónica, variabilidad y dialectología*. Madrid, Cátedra.
- SPENCER-OATEY, H. (1996): “Reconsidering power and distance”, *Journal of pragmatics* 26 (1), 1-24.
- (2000): Rapport management: a framework for analysis”, en H. Spencer-Oatey (ed.), *Culturally Speaking: Managing Rapport Through Talk across*, Londres, Continuum, 11-46.
- (2002): “Rapport management: a framework for analysis”, en H. Spencer.Oatey (ed.), *Culturally Speaking: Managing Rapport through Talk across Cultures*, Londres, Continuum, 11-46
- (2005): “Impoliteness, face and perception of rapport: unpackaging their bases and interrealationships”, *Journal of Politeness research* 1 (1), 113-137.
- (2007): “Theories of identity and the analysis of faces”, *Jorunal of Pragmatics*, 39 (4), 639-656
- SPENCER-OATEY, H.-JIANG, W. (2003): Explaining cross-cultural pragmatics findings: moving from politeness maxims to sociopragmatic interactional principles (SIPs)”, *Journal of Pragmatics* 35 (2), 1633-1650.
- SPENCER- OATEY, H.-RUHI, S. (2007): “Identity, face and (im)politeness /special issue editorial)”, *Journal Of Pragmatics*, 39 (4), 635-638.
- SPERBER, D.-WILSON, D. (1986): *Relevancia*, Madrid, Visor.
- SRIVASTAVA, R. N.-PANDIT, I. (1988): “The pragmatic basis of syntactic structures and the politeness hierarchy in Hindi”, *Journal of Pragmatics* 12 (2), 185-205.
- STENSTRÖM, A. B. (2009): “Contact checks in teenage talks: English and Spanish compared”, en M. Bernal- N. Hernández Flores (eds.), 202-216.
- TANNEN, D. (1987a): Repetition in Conversation: Toward a poetic of Talk”, *Language* 7 (3), 574-605.
- (1987b): Repetition in conversation as Spontaneous Formulaicity”, *Text* 7 (3), 215-243.

- TAYLOR, T. J.-CAMERON, D. (1987): *Analysing Conversation: Rules and Units in the Structure*, Oxford, Pergamon.
- TENORIO, I. (2008): *La nueva radio. Manual completo del radiofonista moderno*, Barcelona, Marcombo.
- TERKOURAFI, M. (2003): "Generalized and particularized implicatures of linguistic politeness", en P. Kühnlein-H. Rieser-H. Zeevat (eds.), *Perpectives in dialogue in the New Millenium*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 151-166.
- (2004): "Testing Brown and Levinson's theory in a corpus of a conversational data from Cypriot Geek", *International Journal of the Sociology of Language* 168, 119-134.
- (2005): "Beyond the micro-nivel in politeness research", *Journal of Politeness Research* 1 (2), 237-262.
- (2008): "Towards a unified theory of politeness, impoliteness and rudeness", en D. Bousfield.M. A. Locher (eds.), 45-78.
- TERRÓN BLANCO, J. L. (1992): *El silencio en el lenguaje radiofónico*, Bellaterra, Publicacions de la Universitat autònoma de Barcelona
- THOMPSON, J. B. (1990): *Ideology and modern culture*, Cambridge, Polity Press.
- TRACY, K. (1990): "The many faces of Facework", en H. Giles-W. P. Robinson, (eds.), *Handbook of Language and Social Psychology*, Inglaterra, John Wiley and son, 209-226.
- TRACY, K.-TRACY, S. (1998): "Rudeness at 911: Reconceptualizing face and face-attack", *Human Communication Research* 25, 225-251.
- TUBAU, I. (1993): *Periodismo oral. Hablar y escribir para radio y televisión*, Barcelona, Paidós.
- URBINA, S. (2008): "Aceptar y rechazar una invitación: estudio comparativo de la competencia pragmática de estudiantes de español como segunda lengua", en A. Briz Gómez et al. (eds.), 775-798.
- VAN DIJK, T. (1980a): *Texto y contexto: semántica y pragmática del discurso*, Madrid, Cátedra.
- (1980b): "Algunas notas sobre la ideología y la teoría del Discurso", *Semiosis*, Xalapa: Universidad veracruzana, 5, 37-53.
- (1996a): "Análisis del discurso ideológico", *Versión 6*, México: UAM 15-43.
- (1996b): "Opiniones e ideología en la prensa", *Voces y culturas*, 10, 9-50.



- (2003): *Ideología y discurso*, Barcelona, Ariel.
- (2005a): “Ideología y análisis del discurso”, *Utopía y praxis latinoamericana*, 29, 9-36.
- (2005b): “Política, ideología y discurso”, *QUÓRUM ACADÉMICO*2, (2) 15-47.
- (2006): “Discurso y manipulación”, *Signos* 39 (60), 49-74.
- (2008): *Discourse and context: a socio-cognitive approach*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2009): *Society and discourse: how social contexts influence text and talk*, Cambridge, New York, Cambridge University Express.
- (e.p.): “Discurso y dominación”, *Grandes conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas*. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, 4, 2004.
- VÁZQUEZ LASLOP, M. E. (2010): “Tratamientos directos e indirectos en los Poderes Legislativo y Ejecutivo en México (1821-1862)”, en F. orletti-L. Mariottini (eds.), 575-599.
- VIGARA TUSTE, A. M. (1992): *Morfosintaxis del español coloquial*, Madrid, Gredos.
- VIGARA, A. M. – CONSEJO DE REDACCIÓN DE ABC (2001): *Libro de estilo de ABC*, Barcelona, Ariel.
- VINTHER, T. (2011): “Las interrupciones y el género discursivo”, en C. Fuentes Rodríguez-E. Alcaide Lara-E. Brenes Peña (eds.), 569-583.
- WATTS, R. (1999): “Language and politeness in early eighteenth century Britain”, *Special Issue of Pragmatics* 9 (1), 5-20.
- (2003): *Politeness*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2005a[1992]): “Politeness research: *Quo vadis?*”, en R. Watts et al. (eds.), XI-XLVII.
- (2005b[1992]): “Linguistic politeness and politic verbal behavior: reconsidering claims for universality”, en R. Watts et al. (eds.), 43-70.
- (2008): “Rudeness, conceptual blending theory and relational work”, *Journal of Politeness Research* 4 (2), 289-317.
- WATTS, R.-IDE, S.- ELICH, K. (eds.) (2005 [1992]): *Politeness in Language. Studies in its History. Theory and Practice*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- WIERZBICKA, A. (1985): “Different culture, different language, different speech acts: Polish vs. English”, *Journal of Pragmatics* 9 (2-3), 145-178.
- WERKHOFER, K. T. (2005[1992]): “Traditional and modern views: the social constitution and the power of politeness”, en R. Watts et al. (eds.), 155-199.



- WILLET, T. (1988): “A crosslinguistic survey of the grammaticalization of evidentiality”, *Studies in Language* 12, 51-97.
- ZAMBRANO-PAFF, M. (2010): “La intrusión descortés del intérprete como estrategia correctiva en los tribunales de inmigración en los Estados Unidos”, en F. Orletti-L. Mariottini (eds.), 431-457.
- ZIMMERMANN, K. (1998): “Identity, context and interaction”, en C. Antaki-S. Widicombe (eds.) *Identities in talk*, Londres, Sage, 87-106.
- (2003): “Constitución de la identidad y anticortesía verbal entre jóvenes masculinos hablantes de español”, en D. Bravo (ed.), 47-59.
- (2005): “Construcción de la identidad y anticortesía verbal. Estudio de conversaciones entre jóvenes masculinos”, en J. Murillo (ed.), 245-271.