

Marina Fernández Lagunilla
y Covadonga Pendones*

Discurso reproducido y juegos de palabras en los títulos de prensa

I. INTRODUCCIÓN

EL OBJETIVO DEL PRESENTE TRABAJO¹ ES ANALIZAR ciertos elementos lingüístico-discursivos de los titulares de prensa a través de los cuales se manifiesta el redactor o, en términos más técnicos, el *sujeto de la enunciación periodística*. Esta declaración de intenciones se apoya en unos pocos y sencillos supuestos, aceptados comúnmente por las teorías de la enunciación.² En primer lugar, el discurso en general y, por ende, el discurso periodístico en particular, supone siempre un sujeto de enunciación. Dicho sujeto está presente incluso en los titulares de los textos informativos, a pesar de los vanos intentos de ocultamiento del locutor periodista en aras de la objetividad e impersonalidad requeridas en los manuales o códigos (por ejemplo los denominados *libros de estilo*) que regulan el ejercicio de la profesión periodística:

* Universidad Autónoma de Madrid.

¹ Esta investigación ha sido subvencionada parcialmente por la DGCYT con cargo al proyecto PS93-0032.

² Un resumen de estas teorías puede encontrarse en Maingueneau (1987).

La actitud informativa se caracteriza por la ausencia del yo del periodista, que "No debe existir jamás en el género periodístico denominado 'información'", puesto que "los puntos de vista personales del periodista siempre son comentarios, es decir, juicios subjetivos (Martínez Albertos, 1993: 235).

En efecto, aunque existen voces discordantes (procedentes de los estudios de la prensa desde enfoques semiológicos, lingüístico-discursivos y psicológicos, entre otros),³ la idea más generalizada entre los que hacen prensa y al mismo tiempo teorizan sobre ella es la reflejada en las palabras de Martínez Albertos anteriormente citadas, de acuerdo con las cuales los artículos informativos, esto es, "la noticia", deben presentar hechos y no opinión. Dicho de otra manera, la exigencia de que la información y la opinión estén claramente diferenciadas excluye el punto de vista personal del periodista de su propio texto o enunciado.

En segundo lugar, los aspectos que estudiaremos como marcas o huellas de subjetividad (en el sentido de que revelan la presencia del sujeto de la enunciación periodística en su enunciado) no corresponden exactamente a las expresiones lingüísticas en las que se codifica tal significado por antonomasia; éstas lo pueden hacer directamente, como las formas pronominales y adverbiales de carácter deíctico, que especifican el emisor y sus coordenadas espacio-temporales, o indirectamente, como medios a través de los cuales el sujeto puede expresar su opinión acerca de lo que enuncia, por ejemplo, los adverbios oracionales (*francamente*, *sinceramente*, etc.), el uso de un léxico fuertemente valorativo, etcétera. Por contra, se trata más bien del uso de una serie de recursos lingüísticos (las formas de discurso reproducido) y retóricos (metáforas, juegos de palabras, clichés, etc.), aparentemente diversos y, como se ha dicho, no especificados para tal cometido), cuyo manejo o distribución

³ Para los enfoques lingüístico-discursivos, véanse Reyes (1984: 207) y van Dijk (1990: 151), y, para los psicológicos, León (1996: 77-79).

discursiva va conformando la posición del locutor periodista.

La fundamentación teórico-metodológica de nuestro trabajo proviene de aquellos estudios que, desde el marco de las teorías de la enunciación o de la pragmática, han puesto de manifiesto que, además de la materia lingüística, hace falta tener en cuenta y describir los aspectos discursivos (los elementos contextuales o la situación de comunicación) para entender adecuadamente el sentido de un texto o un hecho discursivo. Una parte fundamental de esa situación es el emisor o sujeto enunciador, incluso en tipos de discursos caracterizados por su ocultamiento, como es el caso del género periodístico-informativo.⁴

Sin entrar en el detalle de los supuestos teórico-metodológicos de las propuestas enunciativas (que aquí no podemos abordar puesto que ése no es nuestro objetivo), podemos resumir algunas de las ideas más importantes.⁵ En primer lugar, la idea de que el acto de enunciación, como conjunto integrado por un emisor, un receptor, un momento y un lugar concretos, puede ser analizado a partir del objeto producido, esto es el enunciado (en nuestro caso, el titular), a través de las marcas o huellas que deja en éste (Maingueneau, 1987: 14).

La segunda idea básica en el enfoque enunciativo es la de que el sujeto de enunciación es de naturaleza dialógica, heterogénea o polifónica. Y ello porque, dicho de un modo sencillo y algo simplificador, en el enunciado producido por un único sujeto emisor (el autor efectivo, en nuestro caso el redactor) existen otros sujetos (u "otras voces"), algunos de los cuales aparecen como responsables de su propia enunciación, mientras que otros no. A aquéllos los llamaremos *locutores* y a estos últimos *enunciadores*.⁶ Entre los locutores distin-

⁴ Para esta cuestión, véase Fernández Lagunilla (1994).

⁵ Para más detalles, véanse, entre otros, Authier (1981), Maingueneau (1981, 1987) y, en su aplicación al español, Reyes (1984), y Fernández Lagunilla y Pendones (1993).

⁶ Para las distinciones conceptuales entre locutores (locutor físico y locutor discursivo) y enunciadores, véase Ducrot (1984).

guimos el redactor del titular o *locutor periodista* y el emisor del enunciado reproducido por el periodista o *locutor reproducido*.

Para terminar, las cuestiones que nos planteamos se pueden concretar en las siguientes preguntas:

1ª ¿De qué modo interviene el redactor en la construcción de un titular? o, en otras palabras, ¿cuál es el *ethos*, esto es, el tono, el estilo o la voz particular, de un título periodístico?

2ª ¿En qué formas lingüísticas y mecanismos expresivos se manifiesta prioritariamente la información subjetiva o valorativa en el titular?

A las preguntas formuladas intentaremos responder en la sección tercera de este trabajo, después de una segunda sección dedicada a la caracterización general de los titulares.

2. LOS TITULARES

Como es sabido, el titular goza de un estatuto especial en relación con las otras partes de ese todo que es el texto periodístico. Las razones de esa singularidad tienen que ver sin duda con la función especial que desempeñan los titulares en la comunicación de la noticia: lo único leído por un gran número de lectores de prensa diaria. La eficacia del titular radica, por tanto, en su capacidad para atraer la atención del lector y, a partir de él (como si se tratara de un señuelo), hacer que siga leyendo y se adentre en el grueso del texto. Una prueba de la importancia del titular desde la perspectiva referida es el hecho de que los libros de estilo de los diarios contengan cláusulas donde se regula tal objetivo. He aquí el testimonio de *El País*: "Los titulares sirven para centrar la atención y satisfacer la curiosidad primera del lector, que ha de quedar enterado de lo que ocurre sin necesidad de acudir al resto de la información". Por su parte, el libro de estilo de *ABC*, bajo

el significativo epígrafe de "El arte de titular", nos dice: "Los títulos expresarán de forma sintética, pero gramaticalmente correcta, lo sustancial de la información. Subrayarán la importancia, el interés o la novedad de la noticia, e invitarán a su lectura".

La función conativa señalada es compatible con la variedad formal que presentan los titulares dependiendo de la sección o el género periodístico (crónica, entrevista, editorial, economía, deportes, cultura, etc.), así como de la periodicidad de la publicación (diario o semanario). En relación con este último parámetro, y a modo de simple ilustración, es esperable (y así lo hemos podido observar en una somera comparación que hemos llevado a cabo sobre el particular) que el mecanismo del discurso reproducido (discurso directo y discurso indirecto) sea más empleado en los diarios que en las publicaciones semanales, donde, por contra, es mucho más frecuente el uso de procedimientos retóricos.

Llegados a este punto, debemos decir que el corpus que analizamos son titulares extraídos de *El País* (diario español de información general, de ámbito nacional) y producidos a lo largo de 1997, por lo que las consideraciones que haremos se hallan limitadas en el sentido indicado. Ello no significa, sin embargo, que algunas de esas observaciones no sean aplicables a otros periódicos, pues ciertos rasgos señalados tradicionalmente como característicos del titular en general son compartidos por unos y otros, independientemente de las esperables diferencias ideológicas entre los distintos periódicos que, por cierto, también se hacen visibles en el titular.

Las propiedades diferenciales del titular a las que acabamos de hacer referencia derivan tanto de la situación de enunciación como de las características lingüísticas del enunciado. Ambos aspectos aparecen aunados en un enfoque discursivo como el aquí adoptado, puesto que la idea es que la situación de enunciación deja sus marcas, más o menos explícitas, en el enunciado, como

pondremos de manifiesto en el apartado 3 del trabajo. Teniendo esto presente, diremos que los rasgos lingüístico-discursivos del titular se hallan condicionados en una gran medida por una serie de factores externos a los que todo titular debe someterse, de acuerdo con lo regulado en los manuales periodísticos o libros de estilo: unos son claramente formales, como la topografía y la tipografía (el espacio disponible es muy limitado), y otros son de contenido (el titular debe recoger o expresar la idea nuclear o central).

De los condicionamientos señalados proceden ciertas propiedades lingüísticas reconocidas de manera generalizada como típicas del titular: la brevedad (unas pocas palabras, una frase), la claridad (inequívoco, concreto o preciso, etc.) y la ausencia de subjetividad (imparcial o no sensacionalista).⁷

En cuanto a las características internas o propiamente lingüísticas, los titulares deben presentar una estructura oracional no marcada: una oración enunciativa afirmativa con el orden de palabras normal (sujeto, verbo—éste debe ir en presente— y complementos).⁸

Las normas constrictivas del titular de las noticias no se aplican tan a rajatabla a los titulares de otros géneros más libres (crónica, opinión, editorial, reportaje, entrevista e informaciones deportivas), según reconoce *El País* en su libro de estilo. Comprobaremos la influencia del género en el titular incluyendo en el corpus de estudio titulares pertenecientes a los distintos géneros informativos (noticia, reportaje, crítica, crónica, artículo de opinión, etc.).

⁷ Según León (1996: 85), la brevedad lleva, en ocasiones, a la omisión de palabras funcionales (como en los mensajes telegráficos), lo que produce ambigüedad. Quizá porque no es fácil aunar los dos requisitos (brevedad y claridad) los libros de estilo contienen cláusulas como éstas: "Los titulares han de ser escuetos, pero nunca se sacrificará la claridad expositiva a su brevedad" (*El País*). "La economía de palabras que caracteriza al título no servirá de excusa para eliminar cualquier elemento gramaticalmente necesario" (*ABC*).

⁸ Todos estos rasgos, según Tuchman (1978), contribuyen a que las noticias parezcan hechos.

3. PRESENCIA DEL SUJETO DE LA ENUNCIACIÓN EN LOS TÍTULOS PERIODÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y RECURSOS DISCURSIVOS

El análisis de las marcas de heterogeneidad con frecuencia se inscribe en la observación de las huellas personales o, más correctamente, subjetivas que el sujeto de la enunciación arroja en todos y cada uno de sus enunciados. Las manifestaciones subjetivas son prácticamente imposibles de evitar, en la medida en que el enunciador, como creador de su enunciación, impregna de rasgos valorativos, axiológicos o evaluativos su enunciado.⁹ De hecho, un enunciado aparentemente "objetivo" resulta dudoso desde su origen, pues la mera voluntad del enunciador de desprenderse de toda huella que delate su presencia convierte al enunciado en un evento subjetivo.

Los mecanismos de subjetivación del enunciado son múltiples y de distinta naturaleza: desde la presencia de formas deícticas, que subrayan rasgos de persona, tiempo y espacio, y la selección léxica que determina la escogencia de un término en detrimento de otro, hasta una de las estrategias más poderosas y ricas: la heterogeneidad mostrada (Authier, 1981), y más concretamente la polifonía discursiva (Ducrot, 1984). En efecto, la heterogeneidad mostrada se manifiesta explícitamente en el plano de la enunciación, mediante mecanismos de distanciamiento, desdoblamiento o división del enunciador, marcas polifónicas, reproducción del discurso o huellas de intertextualidad. Estas formas constituyen puntos de heterogeneidad debido a la presencia dentro de un discurso determinado de voces atribuibles a otros enunciadores que se filtran a través de diversos recursos. Los puntos localizables de tal heterogeneidad se reconocen a través de algunos cambios e irregularidades gramaticales, variaciones formales del código y marcas tipográficas o expresiones metalingüísticas que funcio-

⁹ Para estos conceptos, véase Kerbrat-Orecchioni (1983: 122).

nan como fórmulas de comentario. Éstas son las llamadas formas marcadas de la heterogeneidad, que pueden ser, a su vez, de dos clases: formas de *autonymie* y formas de connotación *autonymique* (Authier, 1981: 127).¹⁰ La diferencia entre ambas consiste en que las primeras marcan el lugar del otro locutor de un modo explícito; se corresponden con lo que tradicionalmente se llama discurso reproducido en sus variantes discurso directo y discurso indirecto. Las segundas constituyen una forma de heterogeneidad más compleja, pues no suponen la ruptura del hilo discursivo, propia de las anteriores. Se trata de un mecanismo por el cual el enunciador aparece al mismo tiempo como usuario y observador de las palabras o expresiones marcadas (a través de comillas, cursivas, glosas, etc.).

Existen otras formas de heterogeneidad aún más sutiles, que se diferencian de las anteriores por su condición de “no marcadas”, al menos, explícitamente. Éstas se reconocen por sus efectos polifónicos, como la ironía, la antifrasis, el discurso indirecto libre y otros recursos retóricos (tropos). El reconocimiento de estas formas implica la confrontación del enunciado con su contexto exterior y el marco enunciativo donde ha sido generado.

Es así como el sujeto de la enunciación puede echar mano de un sinfín de recursos que le permiten ocultarse tras sus palabras para dar paso a las de otros locutores o enunciadores. En el discurso periodístico esta capacidad de replegarse o mostrarse depende de varios factores, que abarcan desde el tipo de información que se maneje (política, económica, cultural, etc.), hasta el artículo o sección donde se inscriba la noticia (editorial, artículo de opinión, de crítica, informativo, etc.). En esta parte de nuestro trabajo haremos un repaso de dichos mecanismos a través de los títulos periodísticos, de forma gradual; es decir, iniciamos nuestro análisis desde las formas básicas de reproducción del discurso

¹⁰ No traducimos los términos franceses porque no existen en español sustitutos que nos permitan identificar adecuadamente el significado de estos conceptos.

(con todas sus variantes), en las que el sujeto o locutor de la enunciación periodística (LP) reproduce de diferentes maneras, más o menos fieles, las palabras de otro enunciadore: el sujeto o locutor de la enunciación original (LO). A continuación analizamos una de las formas de connotación *autonymique* más frecuente en los titulares como son las palabras o frases entrecorridas, y a través de las cuales LP se manifiesta de un modo más velado. A partir de aquí, iniciamos un viaje en descenso al centro de la subjetividad, hasta alcanzar las formas más personales de la creatividad lingüística, que van desde las expresiones estereotipadas o clichés hasta las figuras retóricas (o tropos) pasando por la creación de nuevas expresiones a partir de la desfijación de frases hechas. Cada uno de estos mecanismos discursivos manifiesta la actitud y disposición del LP frente al hecho informativo.

3.1. Formas del discurso reproducido

Como anticipamos unas líneas más arriba, los títulos en los que se reproducen fragmentos textuales de un enunciadore determinado establecen un cierto grado de distancia entre el LP y su enunciado. Sin embargo, el mismo hecho de que sea LP quien seleccione el fragmento más destacado es ya en sí un hecho de subjetividad. Dentro de la variedad tradicional de modalidades reproductoras que existen, el discurso periodístico ha creado, además, otras tantas que permiten a LP poner en relieve aspectos del enunciado.

3.1.1 Discurso directo y sus variantes

Aunque el discurso directo (DD) se concibe como la reproducción objetiva y textual de una enunciación anterior, en realidad nunca se llega a reproducir la enunciación original, sino el enunciado. La “textualidad” que LP pretende no es más que falacia discursiva, ya que

la veracidad del enunciado no puede radicar en la correspondencia literal de cada uno de los términos, al carecer del marco enunciativo donde dicho enunciado ha sido creado. Por lo tanto, carece de la información que aporta la contextualidad.

La forma más directa de introducir un enunciado reproducido en un título es la cita textual en la que el sujeto de enunciado original no se menciona explícitamente:

“Da miedo perder la carga” (15-2-97) (tema: huelga de camioneros).

“Ya era hora” (31-1-97) (tema: detención del violador de Pirámides).

Lejos del carácter informativo que se espera de todo título, en estos casos se extraen los fragmentos más valorativos y afectivos del enunciado, de forma que el lector, a pesar de la deficiente información evaluativa (no se sabe quién lo dice ni sobre qué), pero en virtud del alto grado afectivo del enunciado, se detiene en el artículo para desentrañar la información que el título le niega.¹¹ Si bien es cierto, este recurso suele estar enclavado en una página dedicada al evento informativo, de manera que el LP encuentra innecesario reiterar la isotopía en cada uno de los títulos, prefiriendo jugar con otros recursos apelativos y conativos que seduzcan al más reacio lector.

Otro mecanismo directo de reproducción, que se acerca más al DD tradicional, es la mención al LO seguido por la cita textual:

Legina: “La corrupción la estamos pagando carísima” (9-2-97).

¹¹ A pesar de no estar presente, LP selecciona un fragmento sensacionalista, contraviniendo las normas que regulan la redacción de un titular (confróntese con lo establecido en los libros de estilo de *El País* y el *ABC*).

A diferencia del caso anterior, la inclusión del sujeto de la enunciación original es necesaria para la información, pues el enunciado no es un juicio de carácter afectivo, sino axiológico, que requiere una paternidad indudable. Como es de esperar, este tipo de titulación se encuentra con más frecuencia en las secciones dedicadas a temas políticos.

Por su parte, el DD tradicional, compuesto por un sujeto de enunciado y un verbo de lengua o de pensamiento que introduce el enunciado reproducido entrecomillado, por medio de dos puntos, suele presentarse con leves variantes, como en:

“Antes muerto que renunciar”, advierte el presidente Bucaram (9-2-97).

En el titular anterior el enunciado reproducido se antepone al enunciado principal, razón por la cual los dos puntos introductorios de discurso son innecesarios. Asimismo, la anteposición del enunciado reproducido no es una dislocación gratuita; antes bien, el LP elige un fragmento textual de cierta fuerza expresiva que, dispuesto al inicio de la oración, añade más contundencia informativa al título. Así, el anticipar el contenido informativo contribuye a que la noticia parezca un hecho (véase Tuchman, 978).

3.1.2. Discurso indirecto

No muy lejos del DD, nos encontramos con el DI y sus variantes, generadas en el propio seno del discurso periodístico. Como es sabido, el DI no pretende citar fielmente el enunciado original, sino traducir las palabras del sujeto de la enunciación original, como si se tratase de dos códigos dentro del mismo sistema lingüístico. El subordinante *que* aparece como la marca de una operación de traducción que equivale a descodificar nuevamente. En este sentido, LP reutiliza las palabras

de LO para decir lo que éstas significan, o sea, realizando una paráfrasis:¹²

Jóvenes contra la Intolerancia pide que el fiscal actúe contra el catedrático racista (15-2-97).

3.1.3. Discurso mixto

Frente a casos canónicos de DI como el anterior, también encontramos fórmulas mixtas entre DD y DI, donde aparecen marcas tipográficas propias del DD, como las comillas, junto a marcas sintácticas características del DI, como el subordinante *que*:

El concejal de policía aclaró que “sólo los hijos y cónyuges de los agentes” accederían al curso (10-2-97).

Esta fórmula reproductora mixta es, sin duda, la más extendida en el discurso periodístico ya que, a su vez, permite ligeras modificaciones de uso que la hacen muy versátil a la hora de seleccionar el fragmento que LP desea reproducir.¹³ Encontramos variaciones como la siguiente:

Arzalluz dice ahora que no hay que negociar “con muertos sobre la mesa” (10-2-97).

en la que el DI inicial se ratifica con una frase entrecomillada del mismo enunciado. Así, LP no sólo condensa la información a través de una paráfrasis, sino que pone en evidencia un fragmento del enunciado que puede resultar polémico o controvertido. Este mecanismo también se emplea para destacar partes del enunciado que LP no puede, dentro de su estatuto periodístico, asumir sin marcar cierta distancia, ya sea por prudencia, perplejidad o ironía:

¹² Para un análisis exhaustivo sobre la paráfrasis, véase Fuchs (1982).

¹³ A pesar de que el *Libro de Estilo de El País* (1990, pp. 26 y 124) considera esta forma mixta como una incorrección e insta al periodista a utilizar las formas tradicionales de DD y DI.

Isabel Tocino dice que no se privatizará el agua, pero que podrá venderse “su uso” (28-1-97).

El PSOE afirma que con López-Amor la dirección de RTVE nunca ha estado “en manos tan poco dignas” (15-2-97).

Una vez LP ha quebrantado la utilización de las comillas, tradicionalmente exclusivas del DD, y aprovecha la paráfrasis del DI para introducir segmentos textuales dentro de su enunciado, las fórmulas reproductoras de discurso son incontables. Ya no es necesaria la presencia de verbos de lengua para introducir el enunciado original, como en:

El jefe del juego se sentía “orgullosa” del asesinato y “quería repetirlo” con otra persona (28-1-97).

Calderón dará hoy “toda su colaboración” al Supremo sobre los papeles del Cesid (12-2-97).

En todos los enunciados vistos hasta el momento, hemos encontrado diversas formas de reproducción de un discurso de otro enunciador, responsable, en última instancia, de sus palabras. Si bien son fórmulas en las que el LP se muestra más o menos camuflado por la cita textual, ya sea directa, indirecta o mixta, su presencia es evidente puesto que es quien selecciona los fragmentos reproducidos. Como es sabido, los enunciados reproducidos, sobre todo en el discurso periodístico, cumplen la clara función de legitimar dicho discurso. Así pues, si en un título nos encontramos un enunciado reproducido y la mención del sujeto que lo enunció, cabe esperar que el artículo periodístico goce de cierta veracidad informativa, puesto que la información se sustrae de la misma fuente productora del discurso. Por esta llana razón, los títulos que reproducen enunciados tienden a ser aparentemente más veraces e informativos; se evitan juegos de palabras, se hacen menciones directas, se citan las fuentes y se extrae la isotopía central del artículo de un enunciado original. En otras palabras, la información prima sobre los juicios valorativos de

LP. No obstante, repetimos, no se debe olvidar que es LP quien selecciona las palabras del locutor original, acto discursivo que encierra cierta dudosa objetividad.

3.2. Otras formas de heterogeneidad marcada (la connotación autonymique)

Tanto las comillas como otras marcas tipográficas, especialmente las cursivas, establecen una separación entre las palabras de LP y la expresión resaltada con tales marcas. En los casos del discurso reproducido, la distancia se señala a través de comillas dobles (""), que indican al lector que se trata de un término o frase que forma parte de un enunciado original, que LP reproduce más o menos textualmente. Sin embargo, en el discurso periodístico abundan palabras y frases entrecomilladas con comillas simples (") que pertenecen a otro nivel discursivo. En estos casos no se trata de discursos ajenos que se citan sino de "interferencias léxicas" (Maingueneau, 1981) o de "connotación *autonymique*" (Authier, 1981), que se da cuando el locutor menciona y usa al mismo tiempo palabras que no son suyas, estableciendo así una línea de demarcación entre el interior y el exterior de la formación discursiva. Los sintagmas entrecomillados proceden de otra dimensión enunciativa que LP marca para no asumir su entera responsabilidad, no tanto de su significado como de su connotación. Toda marca tipográfica posee una función básica de distinción, por la cual el locutor trata de establecer una distancia para mostrar que el término entrecomillado no pertenece a su registro lingüístico. Estas marcas desempeñan distintas funciones; aunque no nos detendremos en ellas,¹⁴ mencionaremos las situaciones discursivas donde aparecen con más frecuencia:

a) Denominaciones fijas o clichés sobre algún tema de actualidad:

¹⁴ Para un análisis más exhaustivo sobre estas marcas, véase Fernández Lagunilla y Pendones (1993).

Italia endurecerá las condiciones de los 'arrepentidos' de la Mafia (31-1-97).

b) Términos o frases hechas que pertenecen al acervo cultural (enciclopédico o retórico) de una comunidad:

HB pone en su 'lista negra' a tres jueces y tres fiscales de Alava (31-1-97).

c) Términos que pertenecen a un registro de lengua coloquial o vulgar, no equiparable al LP:

Una difícil jornada, con 'bote' (12-2-97).

d) Términos tomados de otra lengua:

Canoe y Argadna dirimen un 'derby' desigual (15-2-97).

e) Neologismos o términos de cuño propio:

En 'eurosusto' perturba los mercados (9-2-97).

f) Prevención o condescendencia ante un término utilizado de manera aproximada. De las funciones arriba descritas, quizás sea ésta la que resulte más grata al LP, pues le permite cierta libertad expresiva, siempre marcada por la precaución de uso. Esta categoría se presta especialmente a la ironía:

Bogotá recibe el 'suspense' de Estados Unidos como una bofetada (1-3-97).

Clinton vuelve a apostar por México y le concede un 'aprobado' en la lucha antidroga (1-3-97).

3.3. Formas no marcadas de heterogeneidad: efectos polifónicos y otros recursos retóricos

Hasta aquí nos hemos referido a las formas de heterogeneidad marcada: aquellas que reproducen el discurso de un enunciador conocido y las interferencias léxicas que el sujeto de enunciación periodística deja filtrar en su discurso. En ambos casos, existe una selección voluntaria por parte de LP que no es fruto de la casualidad, sino que depende de patrones ideológicos que el mismo

marco enunciativo, el periódico, permite u obliga a que estén presentes.

Los titulares examinados hasta ahora pueden agruparse en un tipo de titular que llamaremos denotativo. Este tipo de titulación es más restrictivo que los títulos de carácter connotativo que aparecen en otras secciones del periódico. En la medida en que nos alejamos de la reproducción del discurso, nos adentramos en la figuración de éste, y nos encontramos con títulos que tocan, en algunas ocasiones, los más puros preceptos poéticos. Como veremos más adelante, la intención de informar de un modo objetivo y directo deja paso a la información sugerida e indirecta, lo que invita al lector a desentrañar su contenido. A continuación pasamos a analizar estos mecanismos, desde los más estereotipados hasta los más creativos.

3.3.1. Clichés periodísticos

A través de éstos, LP se manifiesta con cierta timidez, aunque ya deja entrever algunas particularidades de su saber hacer discursivo. El empleo, en ocasiones abusivo, de clichés periodísticos en titulares tiene un fin claramente axiológico. Expresiones como *clima de hostilidad*, *alentar aspiraciones*, *apostar por un futuro*, *cobrarse una víctima*, *escalada terrorista*, *oleada de violencia*, *llamada al diálogo*, *blindarse frente a*, etcétera, sustituyen términos como 'violencia', 'ambiciones', 'asesinato', 'negociar', 'enfrentarse', etcétera. Con ello, LP elude el empleo de expresiones más comprometidas (valor eufemístico) o dramatiza el hecho informativo sobrecargando la balanza ideológica (valor hiperbólico). No se puede dudar del carácter metafórico de muchas de estas frases que ha acuñado el lenguaje periodístico en los últimos años. Sin embargo, su constante presencia las ha vaciado de su contenido poético original y, en muchos casos, el fin efectista con el que fueran creadas se ha perdido totalmente.

3.3.2. Proverbios, frases hechas y expresiones populares: "con la lengua sí se juega"

Uno de los recursos estilísticos más utilizados en la titulación de casi todos los medios de comunicación escrita son las frases hechas, dichos populares, los proverbios y las alusiones interdiscursivas. He aquí algunos ejemplos:

Polgar paga los platos rotos de Kaspárov (15-2-97).

Moyà pone la guinda (10-2-97).

Los fabricantes de camiones afilan sus uñas (9-2-97).

Aunque estas fórmulas no hacen gala de una gran imaginación por parte de LP, son muy recurrentes y permiten la fácil comprensión del lector. No suelen ser descriptivas de la información que encierra el artículo, pero generalmente se menciona al actante que es sujeto de la frase seguido de una acción llamativamente expresada en la que se denota un evento a cuyo contenido se alude a través de una frase hecha. Dependiendo de la sección donde se encuentren, pueden resultar más o menos acertadas; principalmente es la sección deportiva la que se nutre con más ahínco de esta fórmula ya que, como es sabido, el subgénero discursivo del deporte tiende a poetizar acciones que, en sí mismas, son bastante prosaicas (básicamente, jugar, ganar o perder, y, en los últimos tiempos, fichar).

Precisamente, debido a la saturación de frases rígidamente establecidas en la lengua, prolifera un mecanismo que invierte el proceso, y que Fiala y Habert (1989) han descrito, para el francés, como "desfijación de expresiones fijas". En español ilustran este mecanismo casos como "Cinturón de cantidad" o "Terapia de grito". La desfijación consiste, pues, en modificar o alterar una frase hecha consolidada con el fin de hacer resurgir en todo o en parte el sentido original de sus elementos. De esta manera surgen expresiones lúdicas que implican dobles sentidos, ambigüedad, efectos de

connotación y, en definitiva, un valor añadido que enriquece la expresión. Esta operación reclama más atención del lector, quien debe hacer el esfuerzo de descifrar la nueva expresión a partir del significado primario de la frase original. Dicho proceso puede darse por múltiples mecanismos: alteración fonética, sustitución de elementos sintagmáticos, asociaciones semánticas, infracción de las reglas de combinación de palabras, etcétera. Veamos algunos ejemplos:

a) Desfijación por modificación gráfica:

Miles de manifestantes 'okupan' las calles (16-3-97).

Aunque no muy frecuente en la prensa diaria,¹⁵ las alteraciones gráficas suponen una ruptura del significante que se convierte en el vehículo de un significado connotativo. Como es sabido la grafía 'k' adquiere un valor que identifica inequívocamente a un colectivo. En este caso, lo singular es que la forma fijada 'okupas' se extiende al verbo; o sea, pasa del ámbito puramente nominal donde estaba restringido el término como designación de un grupo social, al ámbito verbal como expresión de la acción prototípicamente desarrollada por este grupo.

b) Desfijación por alteración fonética:

Defecto F (12-2-97) (tema: crítica al programa de tv Efecto F).

A través de una modificación paranomástica, este título concentra ingeniosamente la suficiente información para instruir al lector: primero, se da cuenta del actante principal (Efecto F) y, además, se añade un juicio de valor (defecto). Queda, pues, todo dicho.

c) Desfijación por afinidad fonética:

Entre col y col (15-2-97) (tema: el canciller Kohl).

¹⁵ Las revistas femeninas de alta gama son especialmente vulnerables a este tipo de recurso (Pendones, 1997).

La homogonía en castellano entre la palabra *col* y el apellido Kohl (que en alemán también significa 'col') establece una alusión directa a la frase hecha "entre col y col, lechuga", aquí omitida la última parte. La desfijación consiste en sustituir los términos de la frase por los actantes del artículo; algo así como "entre Kohl y Kohl, los países del sur de Europa".

d) Desfijación por sustitución de un término:

Una copa con doble filo (31-1-97) (tema: disputa de la copa del Rey entre el Madrid y el Barça).

La frase hecha "una espada de doble filo" connota amenaza y peligro de muerte. Sustituyendo espada por copa (de fútbol), el LP crea una frase *ad hoc* para expresar un suceso inminente: el duelo a muerte de los dos grandes favoritos del torneo.

e) Desfijación por sustitución de elementos sustantivos:

Mucha angustia y poco sueño en Lima (28-1-97).

Muchos protagonistas y pocas coincidencias (26-1-97).

En estos casos, la frase proverbial "mucho ruido y pocas nueces" permite múltiples combinaciones de los elementos centrales del sintagma, pero se mantienen las palabras funcionales. Así, son sustituibles todos los elementos de un paradigma que acepten cuantificadores del tipo "mucho" y "poco". Estos títulos constan de dos proposiciones antagónicamente compatibles, que provocan un efecto de incertidumbre en el lector, sin especificar, en algunos casos, el eje temático del artículo.

f) Desfijación por asociación semántica:

El mal de altura flota en el ambiente (26-1-97) (tema: tendencias del mercado monetario).

En este ejemplo, nos encontramos con dos expresiones estereotipadas de la lengua: "mal de altura" y "flotar en el ambiente". Ninguna de las dos está relacionada

denotativamente con el tema central del artículo; sin embargo, ambas poseen un grupo de sememas que frecuentemente se utiliza en el discurso económico; a saber, el mal de altura equivale a la fluctuación del dinero (flotabilidad de la moneda) en el mercado (ambiente). Así, los sememas que aportan estas frases son los que permiten establecer la asociación entre el título y el tema en cuestión.

g) Desfijación por asociación sinonímica/homonímica. Los nombres propios y comunes, que mantienen una relación de sinonimia y/o homonimia, suelen prestarse especialmente en esta red de asociaciones de desfijación, como en el siguiente caso:

Tropezar en el Peñón (1-2-97) (tema: el Peñón de Gibraltar).

La frase hecha "tropezar con una piedra" reemplaza "piedra" por "Peñón", ambos lexemas se encuentran en un mismo eje paradigmático de significación; es decir, semánticamente son afines y combinables. Sin embargo, lo que resulta lúdico de esta creación es la introducción del tema informativo (el Peñón de Gibraltar) por medio de una doble sustitución, primero sinonímica (piedra/peñón) y después homonímica (peñón/Peñón de Gibraltar). Finalmente, el verbo "tropezar" abstrae la cuestión temática del artículo y evidencia el conflicto.

h) Desfijación de frases intertextuales:

Y de nosotras... ¿nadie hablará? (15-2-97) (desfijación a partir del título de la película "Nadie hablará de nosotras cuando hayamos muerto").

¡Queremos tanto a Soriano! (31-1-97) (Desfijación a partir del cuento de Julio Cortázar "Queremos tanto a Glenda").

Las alteraciones o modificaciones de enunciados pertenecientes a otro intertexto son frecuentes en todas las publicaciones escritas. Títulos de películas, canciones, libros y otras manifestaciones culturales, rígidamente fijadas en la lengua, son especialmente vulnerables a la

desfijación, ya que, al igual que las frases hechas, pertenecen al acervo cultural de la comunidad. Además, manipular enunciados intertextuales ofrece una información añadida respecto de LP, pues a través de ellas manifiesta sus preferencias artísticas o su bagaje cultural, dando una imagen positiva de sí mismo. El LP ofrece una imagen culta e instruida a través de sus referencias intertextuales, a la vez que exige un receptor a la altura de sus conocimientos culturales, que sea capaz de descodificar el título adecuadamente.

i) Desfijación por introducción de nuevos lexemas:

Bombardeo de dólares sobre Beirut (16-3-97).

Por razones históricas, "bombardeo sobre Beirut" ha pasado a ser una expresión consolidada, interpretada por los hablantes como un bloque de sentido. Su origen está en el largo proceso bélico que sufrió esta ciudad durante años. Dicha unidad se desfija al introducir el complemento "de dólares", cuyo contenido sémico modifica el sentido recto de la palabra "bombardeo" y deja paso al sentido metafórico de este lexema (ya de por sí existente y codificado en la lengua). Por otro lado, la introducción de "de dólares" invierte la connotación negativa de la expresión tornándola positiva: de destrucción a reconstrucción.

3.3.3. Tropos de nueva creación

Los recursos retóricos, asimismo, abundan en la titulación periodística. Su utilización permite a LP crear enunciados lo suficientemente atractivos para reclamar la atención del lector mediante juegos de palabras, asonancias y ecos sonoros o variaciones semánticas ingeniosas. En esta clase de títulos no es la ruptura sintáctica o tipográfica del enunciado la que hace emerger la presencia de LP, ni tampoco el empleo de frases hechas o clichés, sino su auténtica expresión discursiva y la uti-

lización de recursos creados por su propia capacidad lingüística —y no implantados desde fuera. De ahí la riqueza y libertad enunciativas que estos títulos suponen. Repasaremos unas pocas figuras retóricas que ilustrarán este mecanismo expresivo:

a) Antanacsis:

Vacas locas, locos intereses (28-1-97). El trabajo de buscar trabajo (18-3-97).

b) Paronomasia:

Color y calor zaireño (1-3-97). Distintos y distantes (16-3-97).

c) Polisemia:

Real lista de espera en los Balcanes (28-1-97; tema: en espera de la restauración de la monarquía en algunos países balcánicos).

d) Antonomasia:

La última hazaña de Rambo (19-3-97) (tema: captura de un delincuente).

e) Metáfora:

Goleadas preñadas de talento (16-3-97).

f) Metonimia/sinécdoque:

A pedales contra la crisis (tema: la industria de la bicicleta lucha por sobrevivir).

g) Sinestesia:

Charlas verdes (28-1-97) (tema: lecciones sobre ecología de Greenpeace).

Frases metafóricas, como “escritor nocturno”, “asalto a la justicia”, “goteras en el cráneo” y tantas más, requerirían un análisis aparte debido a su diversidad, variedad de uso y abundancia. Como apuntamos, estas expresiones permiten cierta libertad creativa a LP, que se desprende de restricciones idiomáticas para dar rienda suelta a su capacidad lingüística. En estos títulos, LP ofrece una imagen alejada del sujeto periodístico canónico, y da prioridad a su presencia como sujeto de la enunciación, pleno de derechos y de recursos.

3.3.4. Antonimias e incongruencias semánticas

Otro mecanismo de titulación que en ocasiones da muy buenos resultados son las asociaciones por antonimia o incongruencia semántica o argumental. Consiste en unir dos ideas, semánticamente opuestas, irreconciliables o imposibles, de forma que la disociación que crea sea suficientemente paradójica para llamar la atención del lector, que deberá detenerse a desentrañar la incongruencia:

El mito de la fábrica de parados (28-1-97) (tema: desempleo entre los universitarios).

Organización anárquica (10-2-97) (tema: reseña de grupo musical).

El silencio de los rusohablantes (28-1-97) (tema: ausencia de rusohablantes en el parlamento checheno).

3.3.5. Otros títulos

Hemos dejado para el final un tipo de titulación que no recurre a ningún artificio lingüístico dentro del enunciado. Se trata de títulos de carácter descriptivo, que no revelan huellas de subjetividad aparentes, ni tipográficas ni sintácticas ni retóricas:

Las ventajas de la fidelidad (9-2-97) (tema: incentivos multinivel).

Este titular, por ejemplo, extraído de la sección de economía, desliza su denotación original, ya de por sí amplia (la fidelidad conyugal parece ser su primera y más inmediata acepción) a otro campo de significación dado por el marco donde está insertado. Aparentemente carece de connotaciones internas. Sin embargo, la asociación metafórica se encuentra poniendo en relación el título con el contenido del artículo que encabeza. Una vez establecido el nexo, el titular se desprende de su denotación y pasa a sugerir otros tipos de “fidelida-

des” de carácter metafórico. Así, ciertos títulos de apariencia inocua desarrollan, no obstante, una amplia red de transferencias alusivas con el texto que acompañan. La finalidad es modificar el significado denotativo del título a través del contenido del texto. El lector se encuentra con un título que no le dice o sugiere nada; pero está enclavado en un contexto al que parece no pertenecer. Es aquí donde surge el enigma que el lector estará dispuesto a desentrañar, como en el siguiente caso:

Flotando (9-2-97) (tema: victoria de un equipo de baloncesto).

El titular precedente, de un solo lexema, contiene un gerundio que le aporta cierta continuidad de acción. El lector se enfrenta a un título críptico, “ainformativo” y que no revela más que un estado mental o físico. Estos mecanismos que prefieren abstraer una sensación o una idea, antes de explicitarla, ciertamente son muy efectivos. Como es bien sabido, un alto porcentaje de los lectores sólo lee los titulares de los periódicos; por esta razón buscan en ellos formas escuetas que resuman y simplifiquen el contenido del artículo. Si se enfrentan a títulos-enigma que no den pistas del contenido, el lector deberá detenerse en algún otro aspecto del artículo (entradilla, pies de foto, etc.), para lograr saber si el artículo merece su atención o no. Para entonces, ya habrá entrado en un juego de desciframiento, aunque no profundice, que ha reclamado su interés y participación.

4. CONCLUSIÓN

Hemos comprobado que en el titular está también presente la voz particular del periodista. Esa voz (o *ethos*), que es o puede ser distinta a la del cuerpo de la noticia, no es la misma en el titular de un artículo informa-

tivo que en el titular de un artículo de opinión o de textos no estrictamente informativos. Este último se nos presenta como un locutor burlón, irónico, divertido, que juega con el lenguaje, frente al locutor serio, objetivo, que informa, fiel a las palabras del otro, distanciado, etcétera, que se manifiesta en el artículo puramente informativo.

El mecanismo discursivo de expresión por antonomasia del locutor informativo es el *discurso reproducido*. Las características formales de este locutor son: presencia de marcas que codifican lingüísticamente el carácter reproductor del discurso periodístico a través del empleo de verbos de lengua u opinión cuyos actantes aparecen identificados (quién lo dijo y qué dijo). Por contra, el locutor burlón se vale de los *juegos de palabras*, se atreve a dar la vuelta a las expresiones fijas de la lengua, con lo que se plantea una especie de relación lúdica o connivencia con el locutor y el lector: el titular además de informar divierte.

¿Cuál de los dos locutores o de los dos estilos periodísticos cumple mejor su función de comunicación? La pregunta queda planteada para futuras investigaciones.

Referencias bibliográficas

- ABC (1993), *Libro de Estilo*. Barcelona, Ariel.
- Authier, J. (1981), “Paroles teunes à distance”, en B. Concin, J. et al. (eds.), *Matérialités discursives*, pp. 127-142. Lille, Presses Universitaires de Lille.
- Ducrot, O. (1984), *Le dire et le dit*. París, Minuit.
- El País (1980), *Libro de Estilo*. Madrid, Prisa.
- Fernández Lagunilla, M. (1994), “Mecanismos de inclusión y exclusión en el discurso periodístico: sobre la Ley de Extranjería”, en L. Martín Rojo, C. Gómez

- Esteban, F. Arranz y A. Gabilondo (eds.), *Hablar y dejar hablar (sobre racismo y xenofobia)*, pp. 45-61. Madrid, Universidad Autónoma de Madrid.
- Fernández Lagunilla, M. y Pendones, C. (1993), "Recursos polifónicos del narrador en el discurso periodístico". *Revista de Filología Española* 10, 285-294.
- Fiala, P. y Habert, B. 1989), "La langue de bois en éclat: les défigements dans les titres de presse quotidienne française". *Mots* 21, 83-98.
- Fuchs, C. (1982), "La paraphrase entre la langue et le discours". *Langue Française* 53, 22-33.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1983), *La connotación*. Buenos Aires, Hachette.
- León, J. A. (1996), "La noticia como objeto de estudio", en J. A. León, A. Martín Ginard y O. Pérez San José (comp.), *La comprensión de la prensa en contextos educativos*, pp. 77-88. Madrid, Universidad Autónoma de Madrid.
- Maingueneau, D. (1981), *Approche de l'énonciation en linguistique française*. París, Hachette.
- (1987), *Nouvelles tendances en analyse du discours*. París: Hachette.
- Martínez Albertos, J. L. (1983), *Curso general de redacción periodística*. Barcelona, Mitre.
- Pendones, C. (1997), "Estrategias discursivas en las revistas femeninas". *Actas del Primer Congreso de Lengua y Prensa*. Madrid, Universidad Complutense (en prensa).
- Reyes, G. (1984), *Polifonía textual. La citación en el relato literario*. Madrid, Gredos.
- Tuchman, G. (1978), *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona, Gili.
- van Dijk, T. A. (1990), *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós.