

El lenguaje opinativo en los géneros de información

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Ignacio Esteban Fernández

ief.esteban@gmail.com

Doble Grado en Derecho y Periodismo

5º A (mañana), Vicálvaro

2014-2015

Convocatoria: **Junio 2015**

Directora: **Raquel Pinilla Gómez**

Calificación: **Sobresaliente**

Referencia bibliográfica:

ESTEBAN FDEZ., I. *El lenguaje opinativo en los géneros de información* [TFG], URJC. Madrid, junio de 2015, consultado el Recuperado de

A los profesores competentes

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento hacia quienes han contribuido a este trabajo, sin quienes indudablemente habría sido menos rico y provechoso:

A José Manuel Sánchez Duarte y Raquel Pinilla Gómez, por su frescura y candidez y sus incalculables aportaciones al enfoque y a la bibliografía.

A mis profesores de Periodismo: a Sara Núñez de Prado Clavell, M^a. Carmen Arellano Pardo (Menchu), Jesús del Olmo Barbero, Carmen Gaona Pisonero, José Gabriel Fernández Fernández, Carlos Oliva Marañón y, en particular, a Manuel Jesús Díaz Redondo y José Alonso Seco.

Y a mis profesores del colegio Virgen de Mirasierra.

Resumen:

El presente trabajo pretende indagar en cómo el lenguaje se pone a la disposición de los oradores públicos (fundamentalmente, políticos y periodistas) para trasladar su mensaje ideológico. En particular, surge de la preocupación en torno al uso manipulador de las palabras en los géneros informativos (sobre todo, la noticia) para alterar la interpretación de los ciudadanos conforme a los intereses y creencias del redactor de la información.

Palabras clave:

periodismo, noticia, géneros informativos, géneros de opinión, manipulación, lenguaje

Método:

Este trabajo parte del postulado fundamental de la existencia, en mayor o menor medida, de fórmulas opinativas en los géneros periodísticos de información, si bien no constituye una exposición científica con una tesis principal que trate de justificarse, sino una enumeración de las herramientas que la lengua ofrece para semejante fin. Su objetivo fundamental es, por tanto, determinar las técnicas encuadrables dentro de dicha enumeración y de qué manera sirven a su propósito. Como objetivos específicos, se tratará de poner en relación los recursos opinativos usados por políticos y periodistas, establecer cómo sirven a sus respectivas ideologías, distinguir técnicas de manipulación, persuasión y seducción y precisar algunas recomendaciones para una práctica periodística ética, profesional y respetuosa con la lengua. Se ofrece asimismo un ANEXO final de eufemismos descodificados de gran interés didáctico.

Advertencia:

El trabajo que sigue es un análisis lingüístico del habla política y periodística desde una perspectiva estrictamente académica. La elección de unos u otros medios de comunicación o actores responde exclusivamente a criterios y necesidades didácticas, sin tomas de postura a favor de ninguna ideología en particular. Cualquier crítica vertida sobre los contenidos seleccionados debe entenderse desde un enfoque teórico, referido al propio mensaje, y no como una crítica contra el emisor.

El texto ha sido redactado siguiendo las prescripciones vigentes establecidas por la RAE, salvo lo referido a la recomendación de no tildar los pronombres ni el adverbio solo, aquí tildados en la consideración del autor de que cumplen una útil función diacrítica cuando tanto el escritor como el lector conocen y respetan la norma.

ÍNDICE

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA, EL CORPUS Y LA METODOLOGÍA	6-8
1. INTRODUCCIÓN	9-13
1.1. El poder de las palabras	9
1.2. Palabras en venta	11
1.3. El lenguaje ideológico	12
2. LENGUAJE OPINATIVO EXÓGENO: El lenguaje político	14-26
2.1. El lenguaje de la persuasión	14
2.2. El arte de desviar el tiro	17
2.3. La lengua de la incomunicación	20
2.4. El marco adecuado	22
2.5. La manipulación política del lenguaje	23
2.6. Neolengua	25
3. LENGUAJE OPINATIVO ENDÓGENO: El lenguaje periodístico	26-58
3.1. La presencia del informador en la noticia	26
3.2. La manipulación de la noticia	29
3.3. La noticia ideológica	31
3.4. Seleccionando las palabras	36
3.5. El peligroso adjetivo	38
3.6. Cómo marcar el camino de la interpretación	41
3.7. La información del silencio	45
3.8. Vicios comunes	48
3.9. La desaparición de las minorías	52
3.10. Citar a ciegas	55
4. COLOFÓN	58-61
5. FUENTES	62-68

ANEXOS

Anexo I: Notas

Anexo II: Eufemismos

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA, EL CORPUS Y LA METODOLOGÍA

En lógica, la denotación de una oración es el conjunto de sus valores de verdad, su correspondencia exacta con la realidad. Sin embargo, en su uso rutinario, la lengua se colma de significados calculados e imprevistos, por lo que no sólo constituye una herramienta de comunicación, sino también un instrumento de poder¹; como recalca ÁLEX GRIJELMO, «las palabras, al igual que las pistolas, las carga el diablo»². Debido a ello, «se presta una creciente atención al lenguaje de las noticias y, en consecuencia, a la manera en que las ideologías dominantes se encuentran realmente formuladas»³.

Según DAVID RANDALL, el periodismo es el primer borrador de la Historia⁴. A través de él, no sólo se informa a la ciudadanía, también se enfrentan entre sí las distintas definiciones de la realidad de cada periodista, político y personaje público. Al fin y al cabo, los discursos no son sólo texto, sino formas de interacción, actos sociales⁵. En la conmoción mediática actual, por tanto, las informaciones periodísticas se contradicen y reproducen, haciendo «cada vez más vano querer analizar la prensa escrita aislada de los demás medios de información. Los medios (y los periodistas) se repiten, se imitan, se copian, se responden, se entremezclan hasta el punto de que ya no constituyen sino un solo sistema de información dentro del cual es cada vez más arduo distinguir la especificidad de uno de ellos separándolo de los otros»⁶.

Sin embargo, debe notarse que el lenguaje hablado y el escrito plantean exigencias distintas a sus usuarios. El hablante tiene a su disposición todo el registro de los efectos del tono de voz, así como un amplio catálogo de señales paralingüísticas (expresión facial, posturas, gestos, etc.), de modo que siempre puede, en principio, anular el efecto de las palabras emitidas; sin embargo, se encuentra también bajo una presión considerable para seguir hablando⁷. Como consecuencia de estas diferencias, el análisis conjunto de información aparecida en distintos medios de comunicación se torna una empresa de gran dificultad.

Por ello, aunque tradicionalmente relacionado con la semántica, el significado debe analizarse asimismo desde la ciencia pragmática⁸, lo que obliga a acudir a toda una serie de disciplinas de análisis del discurso, desde las distintas ramas de la dialéctica (oratoria,

retórica, elocuencia...) hasta conceptos surgidos en el formalismo ruso, el estructuralismo francés, la sociolingüística cognitiva, la etnografía del habla, el análisis conversacional, etc.⁹ En otras palabras, el análisis de la lengua en uso necesariamente deberá enfocarse desde una perspectiva multidisciplinar que incorpore consideraciones capaces de abarcar la complejidad inherente al uso lingüístico de los usuarios.

Evidentemente, como puntualizan BROWN y YULE, los datos empleados en el análisis del discurso inevitablemente reflejan los intereses particulares del analista, dado que cualquier investigación lingüística exige de los datos ciertos requisitos o características¹⁰. No obstante, para el presente trabajo se ha ido escogiendo una muestra no aleatoria accidental conforme los conceptos requerían una explicación o plasmación concreta en la praxis periodística habitual. Esto es así debido a la naturaleza esencialmente cualitativa del trabajo, pero también garantiza la presencia de voces procedentes de distintos medios, lo que dota al análisis de una mayor pluralidad y evita posibles sesgos derivados de una técnica de muestreo demasiado restringida.

Por lo que respecta a la muestra o corpus de trabajo seleccionado, interesa aquí la diferenciación que ROMERO GUALDA hace entre *español en los medios de comunicación y lenguaje periodístico*¹¹, este último más amplio y, por ello, preferido para un análisis como el presente. La única restricción –o, si se prefiere, criterio de selección– aplicada ha sido en torno a la naturaleza del discurso periodístico, exigiéndose un carácter predominantemente informativo y no opinativo, lo cual en la práctica ha conducido a la consideración a efectos de análisis únicamente de noticias¹², sobre todo de los ámbitos político y económico, aunque de manera puntual podrán asimismo encontrarse noticias acerca de sociedad, cultura, sucesos, deportes e incluso el *mundo del corazón* (también conocido como *prensa rosa*).

A ello debe añadirse que los medios no son un ámbito de actuación exclusivo de los periodistas, sino que en ellos «escriben y, sobre todo, hablan muchas personas que nada o poco tienen que ver con la profesión informativa y cuyos errores o modos lingüísticos se difunden de igual manera»¹³. Como resultado de esta ‘intromisión’, el periodismo acoge toda clase de lenguajes sectoriales (económico, científico-técnico, político, publicitario...) y se carga con los tecnicismos propios de cada actividad¹⁴. Igualmente, se constata la

contaminación del lenguaje periodístico con expresiones y construcciones propias de lo literario, administrativo, político y oral¹⁵; en particular, «la dosis más fuerte de literarización épica se registra en la prensa de los partidos políticos y de las ideologías», donde son frecuentes las metáforas náuticas, taurómacas y, especialmente, bélicas¹⁶.

«El periódico traduce a una lengua asequible [...] la mayoría de conceptos que muchas veces son propios de una especialidad, al tiempo que divulga términos que son exclusivos de ésta»¹⁷. Los medios de comunicación son la autoridad idiomática en la sociedad actual, por lo que tienen una ineludible responsabilidad lingüística en este sentido¹⁸. Tal y como señala LÁZARO CARRETER, «todo el mundo anda metiéndole *caballitos de Troya* al idioma»¹⁹, incluidos los propios periodistas, quienes en la transmisión de la información tienden a connotar con sus propias ideas, actitudes y opiniones²⁰. Por supuesto, ello no es de extrañar, en tanto en cuanto todo mensaje verbal es más o menos ideológico²¹: «los mensajes se redactan con frecuencia según la ideología, de la que el hablante no es consciente, que él ha interiorizado con pasividad»²².

En este aspecto, deben diferenciarse las expresiones connotativas de las meramente propias del estilo del periodista²³, a su vez distintas de las a menudo impuestas por el género y formato noticiosos, que actúan como *estereotipos modelizantes del mensaje*²⁴. «El género es el correlato lingüístico de cada tipo de acto comunicativo; el estilo es cada solución, conjunto de soluciones integradas en una solución global, al problema comunicativo que se plantea en un género. Una solución de estilo puede servir para distintos géneros» (por ejemplo, hay géneros que prefieren un estilo transparente)²⁵. «Cada tipo o género tiene un modelo de presentación de la información [...], una organización macroestructural preestablecida en la que la ordenación de la información varía»²⁶.

Para finalizar este prefacio, merece la pena señalar la existencia de «nuevas realidades de la comunicación»²⁷ (la Internet) que han traído consigo novedosas herramientas de expresión. El periodismo electrónico o *ciberperiodismo* supone un nuevo lenguaje²⁸, una *ciberretórica*²⁹ con «peculiaridades semióticas y discursivas que lo diferencian del periodismo impreso»; no obstante, si algo no cambia, «es la construcción ideológica del mensaje mediante el uso estratégico del lenguaje»³⁰.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. El poder de las palabras

«Los humanos son cooperantes por naturaleza. Idiomas, letras, monedas, teléfonos... Todas las herramientas de comunicación en el mundo están para poder reforzar esa naturaleza social» (*Psycho-Pass* 1x05)

«Sin la palabra, no hay sociedad» (Juan Eugenio Hartzenbusch)

Tradicionalmente, la lingüística ha caracterizado al ser humano como *homo fablans* o *loquens* («el hombre es el único ser vivo que tiene palabra», en palabras de Aristóteles), pero posiblemente sea más apropiado considerarlo *homo comunicans*. Social por naturaleza, el hombre utiliza la lengua para codificar la información y el pensamiento³¹ con vistas a su transmisión sincrónica o diacrónica. Por ello, las palabras expresan de forma inevitable el pensamiento³²; como dice el refrán, «al buey por el cuerno y al hombre por el verbo».

En las modernas sociedades democráticas, «la capacidad para expresar las ideas es casi tan importante como el talento para generarlas»³³. De ahí que los antiguos reconocieran a la palabra un poder extraordinario e incluso mágico³⁴: la palabra es dadora de vida³⁵, consigue que los conceptos existan (y no al revés)³⁶. Gracias a ella, a la definición de los conceptos, incorporamos a nuestros catálogos de ideas conceptos que no teníamos hasta entonces³⁷.

De hecho, es difícil concebir el florecimiento cultural y tecnológico del Paleolítico sin un lenguaje evolucionado, pues «la vida social se ve muy favorecida si la comunidad dispone de un instrumento como el lenguaje»³⁸. Antes de su existencia, en un clima competitivo, la información de los sujetos resultaba relevante para el grupo, pero bastaba con una serie de términos básicos. Conforme se desarrollaba, este protolenguaje adquirió una capacidad semántica que permitía combinar recuerdos para describir escenas, y con dicha capacidad se abrió la posibilidad de modificar la realidad, esto es, de exagerar o mentir. En una última fase, nació, como medio de enfrentar la mentira, la argumentación, y, con ella, la sintaxis³⁹.

La lengua, por tanto, es instrumento de difusión tanto de la verdad como de la mentira; «ofrece posibilidades para descubrir en común la verdad y facilita recursos para tergiversar las cosas y sembrar la confusión; basta con conocer los recursos adecuados y manejarlos

hábilmente»⁴⁰. «Al poner el conocimiento [...] en formato lingüístico, es posible reelaborarlo, refinarlo»⁴¹, lo que resalta su carácter artificial, no natural⁴².

He aquí la diferencia entre el mero empleo y el uso calculado de la lengua⁴³. Existe un sinnúmero de palabras cuyo empleo no es neutral, que implican juicios de valor⁴⁴; palabras con carga negativa, como *censura* e *ideología*, y positiva (*futuro*, *proyecto*, *acuerdo*, *democracia*, *independencia*...), habitualmente organizadas en pares de términos, de cuyo poder «el emisor manipulador saca amplio partido»⁴⁵. Creemos ingenuamente «que el idioma carece de importancia, que no refleja nunca lo que hay detrás, que nadie altera el valor de las palabras en su propio beneficio», cuando lo cierto es que quien logra «anularlas, agrandarlas o reducirlas habrá conseguido también alterar los pensamientos y, por tanto, las actitudes»⁴⁶.

El orador o escritor profesionales utilizan las viejas palabras del español (*términos calientes*) para fascinar al auditorio, y las nuevas (*términos fríos*), para avasallar⁴⁷. Al elegir unos términos y no otros, se «aparta un término cuya historia condena cuanto representa para aportar en su lugar un vocablo que ha estado unido históricamente a conceptos con mejor sonido y significado. O con mejor prensa»⁴⁸.

El lenguaje se configura, por ende, como un instrumento de poder. «Sólo existe lo que tiene nombre. [...] Para que algo forme parte del universo racional, necesita ser reconocido por la palabra»⁴⁹. Por medio de ella, se constituye la autoconciencia de la sociedad⁵⁰ y se influye en su percepción de la realidad⁵¹. En palabras de NIETZSCHE, «las palabras son a menudo en la Historia más poderosas que las cosas y los hechos».

Nietzsche no es el único filósofo que se ha interesado por el poder y la función de las palabras. Desde el sofismo presocrático hasta los contemporáneos Chomsky o Lakoff, pasando por Platón, Santo Tomás, Kant, Marx, Wittgenstein, Ortega y Gasset o Sartre, son muchos los pensadores que han coincidido en señalar sus propiedades únicas. Ya en la Antigua Grecia se estudiaban la elocuencia y la retórica, esto es, la «facultad de hablar o escribir de modo eficaz para deleitar, conmover o persuadir» (DRAE). A lo largo de la Historia, particularmente en la era actual, este bagaje cognitivo ha sido utilizado en diversos ámbitos, especialmente en publicidad, propaganda y cualquier actividad relacionada con la oratoria de forma general.

1.2. Palabras en venta

«Ya no compramos naranjas, sino vitalidad. Ya no compramos simplemente un coche, sino prestigio» (Vance Packard)

La publicidad se ha especializado en la venta de símbolos perfectos; lo que se compra son las palabras⁵². Por ello, los publicistas están a la cabeza del uso de técnicas manipuladoras⁵³. Según el expublicista FRÉDÉRIC BEIGBEDER⁵⁴,

su vocabulario bélico les delata: hablan de *campañas*, de *blancos*, de *estrategias*, de *impactos*. Planifican *objetivos*, una *primera oleada*, una *segunda oleada*. Temen la *canibalización*, se niegan a ser *vampirizados*.

FUENTES RODRÍGUEZ pone como ejemplo un nuevo producto del banco BBV, *el Creditón*⁵⁵. Nótese en primer lugar la derivación aumentativa con una vocal (la *o*) que, debido a su sonoridad, se asocia mecánicamente a lo inmenso⁵⁶. El mismo anuncio utiliza expresiones sugerentes, como *le ofrece excelentes*, *lo que más desea*, *inmediata*, *le regalamos* o *ya puede conseguir*, así como marcadores propios de la publicidad (*incluso*, *sin*, *hasta*, *a partir de*, *desde...*)⁵⁷. Se trata de un claro uso de la palabra con un fin más embaucador que persuasivo, método imitado por la moderna propaganda.

«La propaganda es el intento de conseguir que la gente haya suyo un marco que no es verdad y que se sabe que no es verdad, con el propósito de conseguir o mantener el control político»⁵⁸. La primera operación de propaganda tuvo lugar en Estados Unidos bajo el mandato de Woodrow Wilson: en seis meses, la llamada Comisión Creel «logró convertir una población pacífica en otra histérica y belicista que quería ir a la guerra y destruir todo lo que oliera a alemán. [...] La cuestión clave era la de controlar el pensamiento de los miembros más inteligentes de la sociedad americana, quienes, a su vez, diseminaban la propaganda»⁵⁹. Para ello, se idearon eslóganes como los posteriormente usados durante la guerra del Golfo Pérsico («Apoyad a nuestras tropas»), vacíos de significado, pero contra los que nadie se opondría, los cuales fueron reiterados por los medios de comunicación bajo la lógica de que, «en nuestra sociedad mediática, repetición vale por demostración»⁶⁰.

1.3. El lenguaje ideológico

«Quien logra dar nombre a una idea empieza ya a dominarla» (Álex Grijelmo)

«Una mentira repetida adecuadamente mil veces se convierte en una verdad» (Joseph Goebbels)

Para CHOMSKY, «la propaganda es a la democracia lo que la cachiporra al Estado totalitario»⁶¹. Efectivamente, la palabra en general tiene un interés primordial para cualquier Estado poderoso⁶². A través del lenguaje, las ideologías totalitarias como el nazismo han tratado de «apuntalar su visión del mundo con la apropiación de una cultura que en su opinión es la buena, la adecuada, y con el rechazo de otra considerada peligrosa o dañina»⁶³.

«Todo el que pretenda imponer su dominio al hombre ha de apoderarse de su lenguaje»⁶⁴, pues un cambio en la lengua produce la correspondiente mutación en el imaginario⁶⁵. Según el escritor de ciencia ficción PHILIP K. DICK, «la herramienta básica para la manipulación de la realidad es la manipulación de las palabras. Si puedes controlar el significado de las palabras, puedes controlar a la gente que debe usar esas palabras».

Como señala JEAN PIERRE FAYE, la progresiva corrupción, barbarización y totalización del lenguaje podrían haber predicho la llegada del fascismo en Europa. Por aquel entonces, «determinadas palabras actuaron perversamente en un momento crucial de la Historia [...] mediante un “proceso de creación de la aceptabilidad”. Lo que comienza por un lenguaje manipulado acaba por conducir a la asunción del totalitarismo»⁶⁶. Esos nuevos términos eran necesarios para desarrollar el nazismo, puesto que «las palabras manipuladas van por delante de las injusticias para abrirles el camino»⁶⁷.

Los ideólogos nazis siguieron para ello dos estrategias fundamentales: la apropiación de la terminología rival (el lenguaje marxista) y la acuñación de neologismos autocontradictorios (*jóvenes conservadores, movimiento nacional revolucionario...*)⁶⁸. Estos términos antitéticos que se activan y se neutralizan a continuación adquieren un significado inconsciente, una repercusión subliminal, «porque las palabras activadas no se desactivan por completo, permanecen latentes [...], dispuestas para influir en la percepción subliminal» del mensaje⁶⁹. «Basta que yo diga que A y B van juntas para que [...] se haya creado una nueva

entidad»; por el sólo hecho de decirla, esa pretendida asociación adquiere un principio de realidad⁷⁰. El propio Hitler, sin ir más lejos, se autodefinió como «el revolucionario más conservador del mundo»⁷¹.

La tercera técnica de ‘incomunicación’ utilizada durante el nazismo fueron los *eufemismos*, palabras que sustituyen a términos tabú para atenuar sus connotaciones negativas. Mediante el eufemismo, «el manipulador designa como deseable una idea metafórica para ocultar que su correspondiente real ya existe»⁷² o disimular su naturaleza perturbadora. Puede adoptar forma de redundancia, antítesis, disfemismo..., pero por lo general se trata de una redefinición. Después de todo, «en el fondo, no se puede negar que un robo es esencialmente un *traslado logístico de bienes*»⁷³. Apelando a una lógica inexistente, se logra así la desconexión con el referente y la nueva expresión se convierte en «su propio y puro simulacro»⁷⁴.

Todas las grandes ideologías han tenido un lenguaje idiosincrásico: el marxista-soviético, el franquista, el etarra... Incluso el nacionalismo catalán –salvando las distancias con las ideologías citadas– ha ideado una constelación de expresiones favorecedoras de su cosmovisión (*hecho diferencial, autodeterminación o derecho a decidir* son ya habituales en los medios españoles). Pero los mismos medios también crean su propio lenguaje, no sólo mediante neologismos y eufemismos, sino convirtiendo las palabras en tropos evocadores⁷⁵. A modo de ejemplo, obsérvense algunos de los titulares que distintos medios impresos (los dos últimos, en portada) han prodigado en el último año a la reciente formación izquierdista Podemos:

“El comunismo bolivariano en alza en España. Podemos consigue 32.000 afiliados en 48 horas” (*La Gaceta*, 31/07/2014)

“Alerta abertzale: los proetarras cambian Bildu por Podemos” (*La Razón*, 10/03/2015)

“Los presos de ETA quieren a Podemos en el Gobierno” (*El Mundo*, 19/05/2015)

2. LENGUAJE OPINATIVO EXÓGENO: El lenguaje político

Dentro del léxico y construcciones usados en los medios de comunicación, cabe distinguir dos grandes bloques: un lenguaje exógeno a los propios medios, utilizado por los políticos, y uno endógeno a ellos, utilizado por los periodistas.

2.1. El lenguaje de la persuasión

—Cuando yo uso una palabra, esa palabra significa exactamente lo que yo decido que signifique..., ni más ni menos.

—La cuestión es si uno puede hacer que las palabras signifiquen cosas tan diferentes.

—La cuestión es, simplemente, quién manda aquí.

(Alicia en el País de las Maravillas)

El discurso político tiene la finalidad primordial de informar y convencer⁷⁶. En cierto modo, constituye una competición para organizar la sociedad de acuerdo con unos valores⁷⁷, presentando con pretendida naturalidad una visión universal e incuestionable del mundo⁷⁸. Gracias a la aportación de los ideólogos, se ha desarrollado «una tecnología de los poderes sutiles, eficaces y económicos» con la que someter los cuerpos mediante el control de las ideas⁷⁹. De hecho, en la política se ejercen algunos de los más terribles poderes del discurso. Ante todo, debe entenderse que el discurso «no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual, se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse»⁸⁰. Así, las cámaras parlamentarias se convierten en «terreno de enfrentamiento ideológico y político entre distintas formas de entender la vida [...], enfrentamiento que se sustancia a través de la palabra»⁸¹.

El verdadero político «ata mucho más fuertemente por la cadena de sus propias ideas» que por la fuerza⁸². El tiempo puede destruir los vínculos de hierro y acero, pero no la unión habitual de las ideas. Cuando se consigue formar dicha cadena en la cabeza de los ciudadanos, «la orden no tiene que ser explicada, ni aun formulada; [...] se trata no de comprender la orden, sino de percibir la señal, de reaccionar al punto, de acuerdo con un código más o menos artificial establecido de antemano»⁸³.

Para comprenderlo, es útil el concepto *marco de referencia* o *frame*. Los marcos son estructuras estáticas de datos sobre un tema estereotipado⁸⁴ que generan expectativas y presuposiciones o proveen con instrucciones de descodificación al relacionar unos significados con otros⁸⁵. Su funcionamiento es, por tanto, computacional⁸⁶: «no sólo representa la información, sino que también indica con qué otra información está relacionada, qué otra información le sirve de contexto en la interpretación de las palabras»⁸⁷. Esto es así porque las palabras no son representaciones, sino instrumentos de procesamiento y cálculo de la nueva información⁸⁸; como cerezas anudadas entre sí, «unas palabras nos llevan a otras en la memoria», lo que genera ‘atajos’ en la producción e interpretación de la información⁸⁹.

En general, la palabra no remite al objeto real, «sino a la imagen que cada uno de nosotros tenemos de ellos»⁹⁰. No son representaciones de las cosas, sino afirmaciones sobre ellas⁹¹. «Podemos hablar de la misma persona de la realidad empleando unos conocimientos u otros acerca de ella. Podemos decir *el delincuente*, pero también *el autor del disparo*, y cambiará el sentido sin variar el referente»⁹². «Incluso los errores son en realidad otras maneras de entender las propias palabras [...] Palabras diferentes suponen maneras diferentes de ver las cosas», de estructurar la experiencia conforme a la *imago mundi* propia⁹³.

«El político sabe que, en el fondo, lo que él está buscando es hacerse entender, simplemente, y que todo su problema es una cuestión de palabras [...], que sus palabras estén con nosotros [...]. Si las repetimos, formamos ya parte de su equipo y colaboramos a su victoria»⁹⁴. Basta observar los nombres de los partidos políticos españoles para reparar en su estrategia de convertir los planes en palabras, eslóganes⁹⁵. De esa forma, «la guerra de las palabras gana a la guerra de las políticas»⁹⁶ y el lenguaje político deja de buscar convencer al oponente para dirigirse al público a través de los medios de comunicación⁹⁷.

Como ya apuntó la semiótica rusa moderna, el lenguaje es el *sistema semiótico modelizante primario*, es decir, «no pensamos sólo en una lengua, sino por intermedio de ella»⁹⁸. Aun a su pesar, el hablante siempre toma partido, pues la lengua en sí es utilitaria⁹⁹. En palabras de SARTRE, «escribir es descubrir un aspecto del mundo y, por tanto, cambiarlo. La palabra siempre es acción». El discurso retórico, por tanto, supone una propuesta de realidad, una violencia ejercida sobre las cosas, una práctica que se les impone¹⁰⁰.

Con el paso del tiempo, las palabras se llenan de ideas, sugerencias, connotaciones, de una serie de valores que se acumulan en el inconsciente para conformar un *significado intuitivo*¹⁰¹ que influye en su interpretación. Puesto que las palabras preceden a las ideas¹⁰², según cuáles se utilicen, «así formaremos nuestro pensamiento»¹⁰³. Por ello, la palabra en política nunca es neutra: contiene un juicio de valor basado en un determinado sistema escalado de valores, constitutivo a su vez de las diversas hablas o lenguajes políticos particulares¹⁰⁴. Como cualquier retórico, el político propone una realidad a sus receptores, contribuyendo con esa mera referencia a construir dicha realidad, a consolidarla en el imaginario¹⁰⁵.

LAKOFF ya observó que los conservadores estadounidenses habían aprendido a «etiquetar a sus opositores desde su lenguaje y sus valores»¹⁰⁶. Usando un «lenguaje de los valores», definen su visión de la realidad, que es reiterada en los medios de comunicación, lo que les permite apelar a un marco establecido y conocido¹⁰⁷. De ese modo, se consigue que su lenguaje parezca el modo natural de enfocar las cuestiones importantes en política¹⁰⁸. «La verdad, para ser aceptada, tiene que encajar en los marcos de la gente. Si los hechos no encajan en un determinado marco, el marco se mantiene y los hechos rebotan»¹⁰⁹. De ahí el frecuente recurso a un lenguaje emotivo, capaz de movilizar emociones, que se mezcla con el lenguaje persuasivo para imponer una determinada forma de ver el mundo¹¹⁰.

Los políticos hinchan sus voces con *palabras grandes* que fascinan a los pueblos, «palabras que contienen sólo elementos abstractos y que transmiten una fuerte carga afectiva universal»¹¹¹, a menudo grupos nominales saturados o autodefinidos que, a pesar de su aparente sentido unívoco, resultan ambiguos y polémicos (*democracia, libertad, visión...*)¹¹². De esa manera, conforman un nuevo dialecto que los diferencia y protege de intrusiones, el *politiqués*¹¹³. En cualquier caso, aunque con características de lo que MANUEL SECO conoce como *extralenguas* (lenguajes especiales o sectoriales y jergas profesionales), el lenguaje político no es un lenguaje especial, sino un uso especial de la lengua común, es decir, un tipolecto, ya que, a pesar de su oscurantismo, por lo general es accesible (y pretende serlo) a la mayoría de los ciudadanos¹¹⁴. Tal es así que su lenguaje no sólo es repetido en los medios de comunicación, sino imitado y re-producido en ellos.

2.2. El arte de desviar el tiro

«Se me consideraba ‘neutral en cuanto a valores’. No lograba comprender ‘el compromiso compartido’. Era el maestro de ‘la comunicación negativa’. Había contribuido a crear una ‘unión inestable’. Necesitaba desarrollar ‘alianzas de colaboración’. Y solo ofrecía ‘contrapropuestas’.

Se me acusó de ‘romper tratos’» (*Lunar Park* – Bret Easton Ellis)

«Las mentiras, hijo mío, se conocen en seguida, porque las hay de dos clases: las mentiras que tienen las piernas cortas, y las que tienen la nariz larga. Las tuyas, por lo visto, son de las que tienen la nariz larga»
(*Pinocho*)

Al igual que la marioneta del cuento de Carlo Collodi, los políticos temen que sus tergiversaciones queden al descubierto, para lo que acuden al recurso de los eufemismos. El hecho de que una misma realidad pueda designarse distintamente constituye una capacidad adaptativa del ser humano, que de ese modo es capaz de dar cuenta de nuevas realidades y también de describir una misma realidad de manera nueva¹¹⁵. «El lenguaje está lleno de nuevas acuñaciones, nuevas palabras para describir nuevas situaciones, o nuevas maneras de enfrentarse a viejos temas»¹¹⁶. Incluso ante unos mismos hechos, casi siempre es posible acudir a valores opuestos para designar a la realidad. Y la elección nunca es inocente: determinamos la realidad conforme a nuestros prejuicios y nuestras conveniencias¹¹⁷.

«Cada grupo político intenta imponer sus significados a términos comunes [...] y, simultáneamente, combatir esa misma intención por parte del adversario político; por eso, aunque se utilicen los mismos vocablos, no se dice lo mismo»¹¹⁸. Conscientes de ello, los políticos tratan de poner al descubierto los (supuestos) verdaderos significados del vocabulario del adversario a la par que imponer sus propios signos lingüísticos (tanto significados como significantes)¹¹⁹. Tratan, en definitiva, de «crear un idioma propio, enseñar a los hombres a hablar»¹²⁰.

ALONSO LÓPEZ EL PINCLANO ya resaltó en *Philosophía Antigua Poética* (1596) la necesidad de expresar aspectos nuevos en la captación de la realidad para una mejor imitación. Gracias al eufemismo, en cambio, se viste la realidad con la «fría seriedad» de una expresión artificial¹²¹, entre lo liminal y lo subliminal. Por lo general, el eufemismo es utilizado como mecanismo atenuador, para matizar o minimizar aspectos negativos o asociaciones

indeseadas¹²². Cuando se expresa que la Bolsa *mantiene una evolución descendente*, o que las cotizaciones *experimentan deméritos*, o que las tasas de crecimiento *apuntan a un crecimiento negativo*, lo que se está haciendo es crear una realidad virtual¹²³ y desviar la realidad hacia los índices y las tasas, al igual que cuando se dice que los precios han mostrado un *comportamiento al alza*: atribuyendo cualidades humanas a objetos inanimados, la atención se desvía hacia los precios, convierte a los precios mismos en el objeto del examen, y quedan así borrados de la maniobra los verdaderos causantes, es decir, quienes calculan los beneficios, evalúan los costes y establecen las tarifas¹²⁴.

Con el fin de apartar realidades incómodas de la esfera pública, puesto que por lo general su eliminación no es una opción, los políticos se limitan a denominarlas de otra forma, bajo la lógica de que las cosas dejan de existir si no se las nombra¹²⁵. Lo señalaba JORDI ÉVOLE en su programa¹²⁶:

Hay que reconocerle a este Gobierno la capacidad que tiene para nombrar de una manera rara a cosas sencillas. [...] En vez de hablar de recortes, habla de ‘ajustes’; [en vez de] de jóvenes que se van al extranjero a trabajar, de ‘movilidad exterior’, y ahora le oímos hablar de ‘prisión permanente revisable’ en vez de cadena perpetua.

«Si la política no puede cambiar la realidad, siempre te queda cambiar la semántica»¹²⁷. O, como bromeaba el artículo de AMANDA MARS, «no lo llamen recortes, llámenlo amor»¹²⁸. La cuestión es adulterar los conceptos para edulcorar la realidad, enajenar la palabra para cambiar los hechos¹²⁹, para presentar una visión de la realidad. RISTO MEJIDE observa, por ejemplo, que Ada Colau no habla de política, sino de *activismo*; no forma parte de un partido, sino de una *plataforma*, y no es líder, sino portavoz¹³⁰. Por su parte, políticos y empresarios huyen de términos como *despido* y prefieren expresiones del estilo *regulación del empleo*, *flexibilización del mercado laboral* o *reformas estructurales*¹³¹. Y una actuación deficiente del bando propio puede constituir un *error*, pero la misma acción cometida por el adversario supondrá un *crimen intolerable*. Porque ése es el doble rasero con el que se juzgan en la actualidad los hechos; como cantaba el grupo de punk vasco *La Polla Records*, «actualizaremos nuestro sueldo [y] bajaremos el de los demás».

Además del eufemismo, existen dos categorías estrechamente vinculadas con él que contribuyen a ocultar la eminencia gris de la política tras el barroco de las imágenes, usando palabras de BAUDRILLARD¹³². La primera de ellas es el *disfemismo* o alusión a un concepto de forma peyorativa, desprestigiándolo y rebajando su categoría¹³³. Situado en un nivel hiperrealista, propio del simulacro, constituye el polo opuesto del eufemismo (aunque a veces supone uno), conformando un *continuum* desde el desprecio (*sacamuelas*) hasta el ennoblecimiento (*estomatólogo*), pasando por las denominaciones propias del habla popular (*dentista*) y culta (*odontólogo*)¹³⁴.

La segunda categoría son los *neologismos*, denominación que abarca tanto términos enteramente nuevos en forma y significado como acepciones nuevas de palabras preexistente o giros o combinaciones de palabras usados con un sentido particular¹³⁵. Normalmente, los neologismos son acuñados por la necesidad de dar nombre a una realidad o concepto nuevos¹³⁶, pero también para ornato del hablante, que embellece así sus palabras y «se siente distinguido con respecto a los demás»¹³⁷. Por ello, los neologismos también suponen a menudo eufemismos que vienen a tapar una realidad o a sustituir eufemismos que han perdido su influjo debido a que la gente se ha acostumbrado ya a ellos y los asocian inmediatamente con el concepto que se quería ocultar o edulcorar¹³⁸.

La palabra es una de convenciones sociales más democráticas¹³⁹; sin embargo, «el idioma no se está construyendo ahora desde abajo, sino desde la cúpula de la sociedad»¹⁴⁰. «En el lenguaje, como en la política, hay verdaderas autoridades, personas con poder legítimo para sancionar los cambios», y también grupos de presión¹⁴¹. Actualmente, «quienes toman las decisiones fundamentales constituyen un reducto. Desde su torre de marfil, dictan palabras y manipulaciones que luego siguen a pies juntillas quienes se hacen pasar por sacerdotes de esta nueva religión»¹⁴².

2.3. La lengua de la incomunicación

«La parte contratante de la primera parte será considerada como la parte contratante de la primera parte» (Groucho Marx)

«Macrología es cuando se dize alguna luenga sentencia que comprehende muchas razones no mucho necessarias» (Antonio de Nebrija)

Los fenómenos explicados en la anterior sección guardan relación con otra particularidad del lenguaje político: el alargamiento de las palabras y las expresiones hasta ocupar frases completas, lo que se conoce con el nombre de *hinchazón expresiva*. El primero es el caso de los *archisílabos*¹⁴³, términos como *problemática*, *motivaciones*, *posicionarse* o *sobredimensionamiento* que se han convertido ya de uso común; el segundo es el caso de las perífrasis, circunloquios y rodeos, formas «de ocultar lo sencillo por el prurito de lucimiento verbal [y] eludir la mención directa de lo delicado, polémico o controvertido» (es decir, igual que los eufemismos)¹⁴⁴.

ORTEGA Y GASSET ya observó un cierto gusto por lo que llamaba «makrología o hablar largo»¹⁴⁵. Estas palabras largas y sonoras están dotadas de un aire científico-técnico pretendidamente culto y parecen dar prestigio a quien las usa¹⁴⁶, que las emplea más como símbolos que como verdaderos signos¹⁴⁷. Se busca con ello la fascinación del oyente, que, abrumado ante tal elevación conceptual, siente que se le escapa algún significado que no alcanza a comprender, propio de un lenguaje percibido como superior, elitista, perteneciente a un distante grupo al que no puede pertenecer¹⁴⁸.

Este *lenguaje tecnocrático* –en términos de MANUEL SECO– incluye sobre todo expresiones pseudotécnicas extraídas del lenguaje burocrático (*administrativismos*) y jurídico-legal (*leguleyismos*)¹⁴⁹. Algunos ejemplos reales pueden encontrarse en las justificaciones ofrecidas en los últimos años ante las subidas de impuestos:

“Este Gobierno se ve obligado a una subida temporal. Se establece un gravamen complementario –podríamos llamarlo un *recargo complementario temporal de solidaridad*– en las rentas de trabajo y muy especialmente en las rentas de capital” (Soraya Sáenz de Santamaría)¹⁵⁰

“No vamos a subir impuestos en España, vamos a *cambiar la componderación de los impuestos en España*” (Cristóbal Montoro)¹⁵¹

Otro ejemplo, muy comentado, fue la intervención de María Dolores de Cospedal cuando se destapó el escándalo de Bárcenas:

“La indemnización que se pactó fue una *indemnización en diferido*. Y como fue una indemnización indifi... en diferido, en forma, efectivamente, de simulación, de... simulación, o de... lo que hubiera sido en diferido en partes de una... de lo que antes era una retribución, tenía que tener la retención a la Seguridad Social”¹⁵².

Cuando el presidente del Gobierno reconoce que el país se encuentra en una situación de *recesión o desaceleración económica*, como expresó José Luis Rodríguez Zapatero a principios de 2008, se invita a los ciudadanos y periodistas a adoptar una expresión que no se encuentra en su vocabulario, el cual acaba enajenado por un lenguaje que no es el suyo¹⁵³. Este nuevo vocabulario se vale de los recursos lingüísticos de la lengua, esencialmente la intensificación y atenuación por medio de superlativos, comparativos, gradativos, valorativos y morfología derivativa (prefijos como *sobre-*, *super-*, *ultra-*, *archi-*, *micro-*, *infra-*, *sub-*, *semi-*, *pseudo-*, etc. y sufijos aumentativos, diminutivos e incluso despectivos o peyorativos, como *-zuelo/a*, *-orro/a*, *-ajo/a* y *-ucho/a*)¹⁵⁴.

Entre éstos, destacan especialmente partículas como *re-*, que incorpora a la expresión la noción de repetición o rutina, borrando de la mente que constituya un hecho nuevo y, por tanto, de interés («el alcalde *reajusta* la tarifa de los autobuses porque antes ya *estaba ajustada*»)¹⁵⁵. Otro prefijo interesante es *des-*, el cual se añade a palabras positivas para que el término resultante parezca menos negativo (retomando el ejemplo de Zapatero, «creemos que la economía lleva una marcha positiva muy acelerada y que por eso no importa que pierda velocidad»¹⁵⁶). Algunos otros morfemas son utilizados para dotar a la expresión de un aire técnico o prestigioso, como *inter-*, *-izar*, *-al*, *-lógico*, etc.¹⁵⁷ Pero, sin duda alguna, el prefijo de mayor potencial destructivo ha sido y es *anti-*, «porque condena con facilidad sin acudir a insulto alguno. Ni siquiera resulta descalificador. Parece enunciativo y, sin embargo, descalifica [al otorgar] a quien lo recibe el valor de lo irracional»¹⁵⁸.

Los lingüistas objetivistas proponían que los discursos científico y político se salvaguardasen de la presencia de este lenguaje metafórico, pero lo cierto es que no se puede prescindir del lenguaje figurado. «La metáfora, en el discurso político, juega un papel fundamental como arma persuasiva, explicativa y constitutiva»¹⁵⁹. Sin embargo, estas metáforas no son inocuas¹⁶⁰: suelen deformar la realidad y destacar algunos de sus aspectos mientras otros quedan ocultos¹⁶¹. De ahí el rechazo de ARISTÓTELES en su *Poética* de quien abandona la necesaria medida para expresarse ostentadamente, cayendo con ello en el ridículo, opinión compartida por los clasicistas o neoclásicos españoles:

«Deja, señor, esos rodeos, deja esas poesías, que no es habla conveniente la que a todos no es común, la que todos no participan, la que pocos entienden» (*Celestina*)

«No más refranes, Sancho, por un solo Dios; habla a lo llano, a lo liso, a lo no intrincado, como muchas veces te he dicho; y verás cómo te vale un pan por ciento» (*Quijote*, vol. II)

2.4. El marco adecuado

«En este mundo traidor / nada es verdad ni mentira, /
todo es según el color / del cristal con que se mira»
(Ramón de Campoamor)

Las palabras usadas en política se integran en una lógica de marcos que suele conducir a respuestas predefinidas o, cuando menos, condicionadas por los conceptos activados. GRIJELMO observa, verbigracia, la diferencia entre el habla de los expresidentes del Gobierno José María Aznar y Felipe González: mientras que el primero tendía a hablar cuando gobernaba en primera persona del singular, González usaba formas impersonales y genéricas o plurales muy amplios¹⁶². Cuando se exalta el *yo* en el discurso, suelen además utilizarse verbos discursivos expresivos de acciones futuras (*anunciar, comprometerse, prometer, garantizar...*) o semánticamente relacionados con el movimiento y la fuerza (*impulsar, avanzar, esforzarse...*)¹⁶³.

También Borrell, socialista, acudía a conceptos más amplios y colectivos, como *nuestro país*, en vez de *nación*, *España* o *los españoles*, preferidos por Aznar. A través de ese *nuestro*, «el hablante político se identifica con el destinatario último de su discurso (los ciudadanos) como integrantes de una sociedad organizada institucionalmente». En cambio, términos como *país*, *pueblo*, *nación* o *patria* poseen un claro valor emotivo de tipo positivo¹⁶⁴.

Jugar con la explicitación u ocultación de la referencia personal es una de las formas elementales de variar el marco interpretativo del discurso político, si bien ello se manifiesta aún más claramente en el léxico. Un ejemplo a menudo propuesto por GRIJELMO es la diferencia cognitiva entre quien *pide* un crédito (concediendo, por ende, a la otra parte la capacidad de negarse a darle) y quien lo *compra*, que es lo que realmente subyace a la operación¹⁶⁵. Lo mismo sucede con la expresión *oferta de empleo*, la cual remite a un marco en el que se *da trabajo*, cuando en realidad lo que la empresa está haciendo es una *demanda de empleo*¹⁶⁶.

Dice el refranero español que «a buen entendedor pocas palabras bastan». De igual modo, el ciudadano rescata toda una cosmovisión cuando el presidente del Gobierno amenaza continuamente con un posible ataque mediante *armas de destrucción masiva*. E infiere distintas connotaciones cuando su país es *rescatado* que cuando simplemente solicita un *préstamo*, como se ha justificado en España. Tampoco es igual su actitud cuando, en vez de un *estudiante* o *paciente*, queda reducido a un *cliente*. Y recupera con facilidad un entramado de nociones negativas cuando la Policía detiene a un sujeto de «estética okupa»¹⁶⁷, a pesar de que el significado literal del término no debería arrastrar semejantes nociones ni incluye en sí una explicación de en qué consiste dicha estética.

2.5. La manipulación política del lenguaje

«La definición de las alternativas es el instrumento supremo del poder. Los antagonistas en raras ocasiones pueden ponerse de acuerdo sobre los temas de controversia, porque el poder está inmerso en la definición. Quien determina las cuestiones políticas dirige el país, porque la definición de las alternativas es la elección de conflictos, y la elección de conflictos confiere poder» (Elmer Eric Schattschneider)

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (DRAE) define *manipular* como «trabajar demasiado algo, sobarlo, manosearlo» (segunda acepción) e «intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc., con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares» (tercera acepción). Efectivamente, tanto en política como en periodismo, se emplea el lenguaje para decir más (o menos) de lo que se piensa. «Se echa la culpa al lenguaje, [pero] el lenguaje nunca es ambiguo: son ambiguas las personas que tratan de comunicarse»¹⁶⁸.

El empleo de términos vagos o semánticamente equívocos (esto es, ambiguos, ambivalentes, imprecisos, opacos, precavidos, perifrásticos o directamente eufemísticos) no es sólo una táctica política, sino una nota constitutiva del discurso político¹⁶⁹. Esta *langue de bois*, especialmente manifiesta cuando un partido gobierna, es precisa para que cada persona interprete el valor del signo según su propia experiencia¹⁷⁰. Se trata, pues, tanto de una técnica persuasiva como de una simple cautela retórica: «los dioses modernos son ahora los lectores, oyentes y videntes de los medios masivos de comunicación. No hay que provocar sus enfados. Hay que emplear una terminología sinuosa, que no comprometa a nada, que permita desdecirse»¹⁷¹.

Además de estas *flatus vocis* o palabras vacías¹⁷², se observa un recurso especial al que sólo tienen acceso los poderes del Estado: la posibilidad de construir definiciones (delitos) por ley¹⁷³. Ejemplos polémicos de ello pueden encontrarse en las dos últimas leyes de seguridad ciudadana, popularmente conocidas como *Ley Patada en la Puerta* y *Ley Mordaza*¹⁷⁴; la segunda de ellas, por ejemplo, ha ampliado las definiciones de *pornografía infantil*, *terrorismo*, *enaltecimiento del terrorismo*, *colaboración con el terrorismo*, etc. En otras palabras, unos mismos hechos cometidos en 2013 y en 2016 pueden tener una distinta definición legal¹⁷⁵.

En el fondo, se trata de la misma lógica subyacente al uso normativo de los diccionarios. «Los diccionarios registran el idioma y éste evoluciona con la sociedad, aunque los ritmos no sean coincidentes. [...] Sus incongruencias son las de la vida colectiva» y, por tanto, «suelen ser confusos cuando la realidad también lo es»¹⁷⁶. En 2014, sin ir más lejos, RAÚL MINCHINELA denunciaba el «negacionismo de la dictadura» patente en el último tomo del Diccionario Biográfico Español, donde el caudillo Francisco Franco en ningún momento

era asociado con términos como *dictador* o *represión*, a pesar de las directrices del Congreso al respecto¹⁷⁷.

En otros casos, sin embargo, se ha observado que los diccionarios definían las palabras «según la voluntad de los Estados», creando así auténticas monstruosidades semánticas y contribuyendo al *verbicidio* o «asesinato de los nombres»¹⁷⁸. En anteriores ediciones del DRAE, *verbi gratia*, el marxismo era definido como «Doctrina de Carlos Marx¹⁷⁹ y sus secuaces. Movimiento político y social que en nombre de esa doctrina pretende imponer en el mundo la dictadura proletaria» (en términos similares, también *socialismo* y *comunismo*). Todavía hoy el diccionario adolece de definiciones consideradas peyorativas por muy distintos colectivos, como demuestra la campaña *#YoNoSoyTrapacero*, mediante la cual organizaciones de gitanos trataron de cambiar la definición que el DRAE daba de *gitano*, la cual incluía el término *trapacero* ('tramposo, estafador')¹⁸⁰.

2.6. Neolengua

«Guerra es paz. Libertad es esclavitud. Ignorancia es fuerza» (1984)

El intento de crear una lengua perfecta ha sido una constante entre los escritores de ficción y los lingüistas; pruebas de ello son el Volapük, el Esperanto o el BASIC English, contra el que tan duramente arremetió George Orwell en una de sus más importantes obras¹⁸¹. En ocasiones, a esta búsqueda ha subyacido el propósito de limitar el vocabulario y simplificar la gramática con el fin de «anular cualquier horizonte de reflexión libre y compleja»¹⁸². De manera similar a los eufemismos, lo que Orwell denominó *doblelenguaje* permite transmitir la idea contraria a la expresada, de lo cual son claros ejemplos el Ministerio de Información del franquismo, encargado de la censura; el actual Ministerio de Defensa, antiguo Ministerio de la Guerra, o el Ministerio de Trabajo, que debe lidiar con los parados¹⁸³.

«Todo lenguaje contiene un inevitable elemento de *doblelenguaje*. Casi siempre se transmite algo más de lo que se insinúa» y mucho más de lo que se explicita. «Llamar *al pan 'pan'* y *al vino 'vino'* es un candoroso deseo de hablar con transparencia, pero no resiste la

confrontación con los hechos, ni siquiera en su versión más literal de llamar a esas dos cosas»¹⁸⁴. No obstante, la más vulgar *neolengua* es la de carácter políticamente manipulador, con el objetivo de ocultar o distorsionar la percepción de la realidad. Esta neolengua, más que sustituir inteligentemente a otras formas de expresión más duras, como hace el eufemismo, lo que suele hacer es justificarlas¹⁸⁵.

«El discurso ampuloso ha sido una forma habitual de escurrir el bulto y de enmascarar la ignorancia, intentando que las florituras distrajeran del vacío. [...] La neolengua, este reemplazar palabras para cambiar los contextos, es una tecnología lingüística muy cuidadosa. Lo atestiguan la sustitución de *niños* por *menores* y la de *presos* por *internos*, dos cambios muy profundos»¹⁸⁶ que inciden en la visión, pensamiento e imaginación de quienes las oyen. La neolengua, por tanto, no constituye otra cosa que una deliberada suplantación de ideas contra la que es misión del periodista luchar.

3. LENGUAJE OPINATIVO ENDÓGENO: El lenguaje periodístico

3.1. La presencia del informador en la noticia

«Nunca en esta democracia, como en los últimos años, se ha visto un maltrato semejante en España del periodismo por parte del poder. [...] El poder y cuantos aspiran a conservarlo u obtenerlo un día no están dispuestos a pagar el precio de una prensa libre, y cada vez se niegan a ello con más descaro»
(Arturo Pérez-Reverte)

Los políticos intentan que los periodistas informen sobre una agenda acorde con su programa y que las noticias contengan unos marcos discursivos favorables. «Al presentarse como objetiva, la visibilidad en clave informativa (*visibility*) influye más en los electores que la publicidad o la propaganda explícitas (*publicity*), ya que en éstas se presupone un claro afán persuasivo»¹⁸⁷. Los periodistas deben ser conscientes de esto y enmarcar adecuadamente la información, «de la manera más eficaz y honesta posible, para que se conviertan en una parte eficaz del discurso público»¹⁸⁸.

Dada su por lo general escasa preparación en materia de lenguaje, los periodistas se convierten en «transmisores dóciles» de las consignas políticas. «La prensa y los medios audiovisuales se han convertido en reproductores acríticos de cuanto el poder desea difundir mediante la manipulación de las palabras. Porque han terminado asumiendo como propios los términos más envenenados» en su querer acercarse a los políticos, en su «voluntad de integración», pero también debido al temor inconsciente a hablar por sí mismos. Los informadores, por tanto, «se han constituido en eficaces transmisores del lenguaje del poder. [...] Muchos creen haberse convertido en la clave del contrapoder, [...] pero en la esencia de su trabajo están prolongando el poder establecido y los mecanismos de la manipulación, merced al uso de su lenguaje de imitación»¹⁸⁹.

Este «culto al poder» se constata, por ejemplo, en el uso de mayúscula inicial para ciertos cargos, en contra de lo preceptuado por la RAE. Esta «veneración hacia algunas palabras» se observa asimismo en los ámbitos institucional y religioso: toda referencia al dios de las religiones monoteístas se entiende que también debe llevar igual marca de reverencia (Dios, Él, Señor, Pastor...)¹⁹⁰. Aún más curiosa es la antigua costumbre (errónea) de acentuar gráficamente la palabra *fe*, sin duda en el entendimiento de que las palabras tildadas se encuentran revestidas de mayor sonoridad. En la misma lógica se basa el *esdrújulismo* de ciertos oradores que desplazan en sus discursos el acento fónico de los términos que desean resaltar (en este sentido, el expresidente Zapatero ha sido tildado de «esdrújulísimo» en su oratoria¹⁹¹).

A la vez, el periodismo condiciona la política y la transforma en función de sus intereses. Al interceptar la comunicación entre gobernante y ciudadano, los medios «secuestran» la información política y la enajenan, se convierten en los dueños del mensaje emitido y, por tanto, lo pueden silenciar, tergiversar, transformar, etc.¹⁹² Dado este poder, se exige de los periodistas atenerse al contrato social tácitamente asumido con la ciudadanía, que abarca su deber de informar, formar¹⁹³ y entretener verazmente, respetando el derecho a la información, la ética profesional y la conservación del idioma, obligaciones recogidas en la Constitución Española¹⁹⁴.

Todos los ciudadanos son *mass-men*, consumidores de información y propaganda¹⁹⁵. «Para el ciudadano común, las noticias son un medio de estar informado de los acontecimientos que, de otra forma, estarían alejados de su experiencia personal. Cómo se cuentan y representan esos hechos tiene un efecto en la opinión pública»¹⁹⁶. Por ese motivo, los medios de comunicación desempeñan una función fundamental para la democracia: «la información en todos los medios de comunicación desempeña una función tan importante como la educación. [...] Hoy muchas guerras se ganan o se pierden en los medios y lo que no aparece en ellos, sencillamente, no existe»¹⁹⁷.

Aunque la casi totalidad de los medios presume de una objetividad intachable¹⁹⁸, «el verdadero periodismo es intencional, [...] intenta provocar algún tipo de cambio»¹⁹⁹. Cuestión distinta es la seducción subrepticia por medio del lenguaje; cuando los hechos son claros y los argumentos, de peso, sobran ornatos: basta con «dejar ir al lector a los hechos sin detenerlo en las palabras», como decía AZORÍN²⁰⁰. En el cuento *Alicia en el País de las Maravillas*, un personaje dice a la protagonista: «Tú preocúpate del sentido de lo que quieres decir, que las palabras vendrán solas». En la práctica, sin embargo, se observa un giro maléfico del consejo: «Tú preocúpate de las palabras, que las ideas ya vendrán detrás»²⁰¹.

«Si se han de aceptar las proposiciones como verdaderas o plausibles, debe haber modos especiales de ampliar su apariencia de verdad y plausibilidad. El discurso periodístico posee una gran cantidad de estrategias estándar para promover el proceso persuasivo de las afirmaciones»²⁰². Más que informaciones correctas, inexactas o deformadas, las noticias constituyen marcos de construcción rutinaria del mundo social²⁰³. «Por medio de prácticas institucionalizadas y rutinas mediáticas, obtenemos esquemas de referencia fijos para explicar los acontecimientos que se suceden»²⁰⁴. Desde un punto pragmático, por tanto, suponen *macroactos de habla asertivos*²⁰⁵.

Los mensajes de los medios no son transparentes, sino que tienen una estructura lingüística e ideológica compleja. La realidad representada en ellos es «una construcción ideológica basada en las definiciones dadas por las fuentes acreditadas de los periodistas», con lo que ayuda a reproducir ideologías reformuladas²⁰⁶, si bien se encuentran constreñidos por la

necesidad de informar, lo que obliga a la vez a neutralizar el estilo y someter a crítica «hasta la expresión de apariencia más obvia» e inocente²⁰⁷.

«En las noticias de un periódico de calidad no cabe opinión alguna del periodista [...]. Si desea expresar sus juicios personales, deberá acudir a los artículos de opinión, editoriales o críticas, diferenciados tipográficamente»²⁰⁸. No obstante, la división entre géneros informativos y opinativos no es una dicotomía tajante²⁰⁹, como demuestra la cada vez mayor frecuencia de las noticias-comentario y noticias firmadas²¹⁰. En consecuencia, «en ocasiones únicamente los rasgos lingüísticos permiten adscribir un texto a uno u otro género»²¹¹.

3.2. La manipulación de la noticia

«La tendencia debe surgir de la situación y de la acción» (Friedrich Engels)

En el proceso de elaboración y difusión de una noticia es posible intervenir de muy variadas formas²¹² y por diversos intereses (económicos, ideológicos, estéticos...) ²¹³. En un principio, la manipulación es tan inevitable como necesaria en cuanto intervención humana en la selección, jerarquización, organización y plasmación de la información, pero la verdadera manipulación, entendida en un sentido peyorativo, se produce cuando la información es impuesta al receptor sin ofrecerle elementos para juzga por sí mismo el acierto de tal visión²¹⁴.

«Desde la manipulación de fuentes –la ocultación de datos o acudir a lo no pertinente para la información recta– hasta la icónica –relegar a lugar de difícil lectura o emplear tipografía menor–, las posibilidades de lesionar o disminuir el derecho del receptor a la información veraz son múltiples»²¹⁵. El periodismo cuenta con una multiplicidad de signos pertenecientes a códigos distintos: lingüístico, paralingüístico, icónico...²¹⁶ La negrita y cursiva, «los soportes, los blancos y los silencios, los tipos de letra y sus colocaciones, los sonidos y la fotografía, la infografía... Todo eso es lenguaje periodístico [...], empleado de distinta manera según las características de cada medio»²¹⁷.

Aunque con los evidentes condicionantes lingüísticos (cohesión, coherencia, tema...) ²¹⁸ y extralingüísticos (espacio, lengua, recursos humanos y materiales, tiempo, línea editorial, etc.) ²¹⁹, el discurso periodístico se estructura como cualquier otro texto, con elementos cuya reorganización superior se destina a «satisfacer las necesidades informativas del que [lo] escucha, bien separando lo que conoce de lo que desconoce (*soporte/aporte*), resaltando un constituyente (*foco*) o marcando los límites referenciales y/o veritativos de la secuencia (*tópico/comento*)» ²²⁰. Siguiendo a FUENTES RODRÍGUEZ, deben distinguirse, pues, tres niveles del texto: *superestructura* (tipo de texto), *macroestructura* (organización de enunciados y párrafos) y *microestructura* (organización y estructuración de la información) ²²¹.

Con respecto a la macroestructura, el texto periodístico tiene la particularidad de disponer sus párrafos en forma de pirámide inversa, de mayor a menor importancia ²²². Al proferir en primer lugar un enunciado, se está aplicando el principio de pertinencia indicando que la información dada sirve para obtener las inferencias deseadas a partir del siguiente enunciado, el cual aporta información nueva ²²³. Dentro de los enunciados, la organización es aún más relevante, pues existe un orden natural establecido: si el receptor percibe un cambio en el orden de los constituyentes, queda realzada una parte del contenido ²²⁴.

Por lo que respecta a la microestructura, destaca el fundamental papel de operadores que funcionan como marcadores de relieve informativo y conectores de cohesión y jerarquización. De hecho, incluso su ausencia es significativa: al decidir yuxtaponer dos oraciones, «el hablante centra más interés informativo en lo que dice y el oyente lo capta completo». Además, el enunciado se sitúa «fuera del tiempo, como una noción, algo ya conceptualizado y, por tanto, [...] incluido en el conocimiento común». Lo mismo sucede cuando se adjudica lo emitido a la comunidad, a la *vox publica*, mediante expresiones como *por supuesto, sin duda, obviamente, lógicamente, evidentemente, claramente, ciertamente, naturalmente...* ²²⁵

Son muchos los procedimientos para destacar una información: recursos léxicos, estructuras enfáticas, entonación, reduplicación, reformulación... ²²⁶ Pero, indudablemente, uno de los más reseñables es el titular, especialmente el de primera página, que manifiesta su carácter enfático tanto por su ubicación y presentación condensada de la información como por la función apelativa al lector ²²⁷. El titular constituye un *mecanismo de tematización*

generador de expectativas que restringe la interpretación del resto de la información²²⁸. Con él, el periodista cumple la máxima griceana de relevancia, lo cual suele ser aprovechado por el redactor²²⁹. Los titulares y cabeceras funcionan así como resumen y *macroproposición*²³⁰, indicando al lector un significado totalizador preferente del texto, por lo que «necesariamente conllevan un punto de vista»²³¹.

La manipulación, en definitiva, es inherente al tratamiento informativo, pero debe evitarse que se convierta en «un enemigo del pensamiento libre y riguroso». «El intento de manipular a una persona o grupo de personas como si fueran objetos con el fin de dominarlos supone un grave envilecimiento, una reducción ilegítima de las personas, un rebajamiento de su condición». A lo largo de la Historia, el medio más efectivo para ello han sido el uso fraudulento del lenguaje y la redundancia desinformativa²³². En periodismo, han contribuido también a ello las necesidades de selección (y exclusión), jerarquización, ordenación y tematización²³³, mecanismos frecuentemente utilizados para «expresar o disimular el agente principal de los actos positivos o negativos»²³⁴ (por ejemplo, mediante construcciones activas y pasivas, la distancia entre constituyentes, etc.).

3.3. La noticia ideológica

«Si las palabras dijeran cosas, ¿cómo explicaremos que puedan decir cosas distintas según quién las diga, o quién las oiga?» (Joaquín Garrido Medina)

Los profesionales de la información se mueven en un estrecho margen de independencia informativa, dado que la mayoría de los contenidos responden en mayor o menor medida a intereses políticos o empresariales²³⁵. A semejantes motivos deben sumársele la línea ideológica del medio y las creencias del propio periodista, que se reflejan de manera particular en la selección de las noticias²³⁶ y el léxico utilizado. A diferencia del periodismo anglosajón, en el modelo hispanolatino «la narración de los acontecimientos se mezcla muchas veces con los juicios personales de los periodistas y las noticias resultan viciadas por un enfoque político o, más bien, partidista». Hasta un acontecimiento como el paso del

huracán Katrina por EE UU puede ser objeto de polarización ideológica en los medios españoles²³⁷.

Los medios e informadores construyen ideológicamente las informaciones para reflejar un determinado punto de vista²³⁸ y anular otras posibles inferencias. Los que siguen son algunos ejemplos extraídos de distintos medios de comunicación:

“Willy Toledo por fin está en su paraíso cubano” (*ABC*, 11/07/2013)

“Pablo Iglesias, un Che Guevara de mercadillo” (*La Gaceta*, 08/09/2014)

“El Tribunal Constitucional da la razón al PP y a los españoles” (TVE, 25/02/2015, sobre la consulta catalana)

“Tsipras busca culpables para sus errores” (Antena 3, 01/03/2015)

El 13 de febrero de 2015, durante un reportaje de la cadena radiofónica Ondacero sobre un posible acuerdo entre las formaciones políticas PSOE y Bildu, pudieron escucharse expresiones como *prestarle a la tontería de Bildu, error, tonto útil* (también ese mismo día en *ABC*), *pactar con el diablo* (en dos ocasiones), *dilema endemoniado, inmoral...* Dos meses después, *La Razón* trataba así la confusión de Pedro Sánchez con el sistema de votación del Congreso:

“El líder socialista dio ayer una lección de independencia ideológica al votar a favor de la reforma de la Ley del Aborto presentada por el PP en el Congreso. A Sánchez le honra haber votado en conciencia y al margen del resto de diputados del PSOE”.

De esa forma, el descuido del dirigente quedaba convertido en *una lección de independencia ideológica al haber votado en conciencia*, a pesar de que tras el fallo declaró públicamente que había cometido un error al pulsar el botón equivocado. La realidad había sido suplantada por el relato de los hechos, por un discurso reinterpretador que evocaba un marco elegido²³⁹.

Cualquier medio se encuentra en su legítimo derecho de enfocar una noticia como considere oportuno; «ahora bien, cabe preguntarse hasta qué punto ese derecho puede permitir que se presente la realidad de una forma irreconocible»²⁴⁰. Y es que las mismas

palabras o hechos pueden servir para que los periódicos titulen de forma dispar en función de sus alineamientos políticos²⁴¹:

04/02/1995

“Un cura, detenido por pagar a una prostituta con billetes fotocopiados” (*El Mundo*)

“Un cura, denunciado por pagar con dinero falso a una prostituta en la Casa de Campo” (*El País*)

“El párroco de La Visitación, víctima de un montaje” (*ABC*)

“Denunciado un cura de Las Rozas que pagó a una prostituta con dinero falso” (*Diario 16*)

16/04/1996

“CC OO se niega a aprobar la gestión de Terceiro al frente de Caja de Madrid” (*El Mundo*)

“La gestión de Caja Madrid, respaldada por el 80% de la asamblea general” (*El País*)

19/04/1996

“Eduardo Santos acusa al juez Estevill de extorsión en el «caso Macosa»” (*El País*)

“Eduardo Santos admite que sobornó a Estevill con 50 millones para que no le encarcelara” (*El Mundo*)

20/09/1996

“El Estudiantes rozó el ridículo en su estreno en la Liga Europea de Baloncesto” (*ABC*)

“Estudiantes cae con coraje en Zagreb ante una Cibona superior” (*El Mundo*)

25/04/1998

“González reta a Cascos y a Ramírez para que digan si hubo o no contactos con Amedo en 1997” (*El País*)

“El Gobierno dice que González miente y prueba que Cascos estuvo pescando el 11 de mayo del 97” (*El Mundo*)

Apoyo: “El ‘número dos’ y el camino recto”

Apoyo: “PP: «Una nueva farsa para reivindicar el felipismo y los GAL»”

21/05/2013

“Hacienda recortará el salario de miles de funcionarios locales” (*El País*)

“Hacienda unificará los pluses de los empleados municipales” (*ABC*)

Uno de los ámbitos en que es más evidente esta tendencia a la polarización mediática es el tratamiento de las huelgas. Por lo general, en su cobertura suele existir un sutil trato de favor hacia la patronal, a la que se presenta ofreciendo soluciones, mientras que los trabajadores suelen mostrarse efectuando demandas²⁴². No obstante, dada la cercanía entre el sindicalismo y la izquierda política, los medios partidarios de ésta tienden a mostrar un panorama que exagera el éxito de las convocatorias; los medios de derechas, en cambio, suelen relativizarlo y destacar episodios relacionados con el perjuicio al país, la intransigencia, la violencia o la agresión:

<i>ABC</i>	<i>La Gaceta</i>	<i>La Razón</i>
“Una huelga política en contra del interés general” (10/03/2012)	“Lotería sindical: más de 500 millones en subvenciones en los peores años de la crisis” (28/09/2010)	“No a la huelga. Sí al derecho a trabajar. Un gran día para los dos cómplices del paro” (29/09/2010)
“Fracaso de la huelga general: España prefiere trabajar. Los sindicatos pinchan en el pulso al Gobierno y reconocen que el seguimiento fue muy inferior al de la convocatoria del pasado marzo” (15/11/2012)	Apoyo: “UGT y CC OO recibieron al menos 500 millones en lo peor de la crisis” “¿Tienen futuro los sindicatos en España?” (02/10/2010) “Los sindicatos quieren a toda España en paro” (19/07/2012) “Caciquismo sindical” (19/10/2012)	“29-M: Huelga contra España” (12/03/2012) “Fracasados” (15/11/2012) Fotografía: Sindicalistas con una pancarta que reza “Nos dejan sin futuro”. Las dos primeras palabras fueron omitidas de la imagen ²⁴³
Pie de foto: “Un miembro de un piquete intenta convencer en Santiago a una pescadera justa que cierre el puesto”		

Más sorprendente resulta cuando una mayoría de los medios coinciden en el enfoque noticioso, lo cual sólo sucede de manera muy puntual en determinados asuntos de ámbito internacional. En los últimos años, pueden citarse al menos dos importantes casos. El primero de ellos fue la derogación por el Tribunal de Estrasburgo de la polémica *doctrina Parot*, que dificultaba la reducción de las penas a criminales de primer orden, como terroristas y violadores reincidentes:

“Europa, gracias por nada” (*La Gaceta*)

“Estrasburgo consuma la afrenta a las víctimas” (*ABC*)

“79 criminales múltiples saldrán en libertad en sólo unos meses” (*El Mundo*)

“El Tribunal de Estrasburgo avala la excarcelación de decenas de etarras” (*El País*)

El segundo caso, más reciente, se dio durante el conflicto de Gaza, en el cual los medios coincidieron de manera casi unánime en condenar las actuaciones de Palestina y tolerar (o incluso justificar) las de Israel. El 1 de agosto de 2014 *El País* titulaba “Ataques israelíes matan a 40 palestinos y rompen la tregua en Gaza”; menos de un cuarto de hora después, el titular fue corregido a “Hamás rompe la tregua e Israel contraataca y provoca 40 muertos”. De ese modo, se identificaba a Palestina como el agresor y a Israel como la víctima que había de defenderse. Ello es especialmente patente en la diferencia entre los muertos de ambos bandos: mientras que los israelíes eran continuamente *asesinados* por los palestinos, éstos simplemente *morían o perdían la vida*²⁴⁴:

El País

“Israel entierra a los tres adolescentes **asesinados** con una muestra de unidad” “Israel anuncia una tregua de tres horas tras la **muerte** de 4 niños palestinos”

ABC

“Miles de israelíes participan en funerales por adolescentes **asesinados**” “Cuatro niños palestinos **mueren** en un ataque israelí contra una playa de Gaza. Los buques israelíes que imponen el embargo a la Franja lanzaron un ataque que eleva a 43 el número de menores que han **perdido la vida**”

Diario Vasco

“Miles de israelíes participan en funerales por adolescentes **asesinados**” “**Mueren** cuatro niños en la playa de la Franja de Gaza en un ataque israelí”

3.4. Seleccionando las palabras

«Ninguna información es imparcial cuando los reporteros ocultan sus preferencias o emociones detrás de términos sutilmente peyorativos como *rechazó, a pesar de, reconoció o masivo*» (Ben Bradlee)

«Escoge la flor más bella» (Petrarca)

Al hacer uso de la palabra, como cualquier otro hablante, el periodista persigue un propósito: actuar de alguna forma sobre el estado de cosas preexistente. La palabra es una acción intencional, la puesta en práctica de una intención con el fin de modificar el entorno o, más específicamente, la actitud del receptor respecto a él²⁴⁵. Debe por ello distinguirse entre la parte explícita, *lo que se dice*, y la implícita, *lo que se comunica*²⁴⁶: la primera es la *explicatura*, correspondiente al significado convencional o literal; la segunda la constituyen las *implicaturas*, significados adicionales implícitamente adheridos a la propia construcción lingüística²⁴⁷. Junto a la ostensión (*lo manifiesto*), que muestra al interlocutor la intención de hacer manifiesto algo²⁴⁸, conforman un *continuum* que va desde lo subliminal (la selección minuciosa de los términos, por ejemplo) hasta lo superliminal (los disfemismos), pasando por lo liminal (como los archisílabos)²⁴⁹.

Usando las palabras adecuadas, se intenta guiar al destinatario en su reconstrucción del sentido global del texto periodístico. En particular, cobra importancia la argumentación como mecanismo básico de dirección de la interpretación y adhesión a la tesis propia. En ella, se parte de una base argumentativa o *topos*, que puede ser un elemento de la memoria colectiva o una creación personal explicitada en el texto, y se van encadenando, según corresponda, argumentos *coorientados* —que apoyan la misma conclusión— o *antiorientados* —que llevan a conclusiones diferentes—²⁵⁰. Son estos elementos lingüísticos y no los hechos a los que se refieren los que encaminan la argumentación; aunque los hechos sean idénticos, la continuación del discurso la fijan los significados explícitos e implícitos de las palabras. «No se argumenta con la lengua —con lo que la lengua representa—, sino en la lengua —con lo que la lengua dice—»²⁵¹.

Sin embargo, puesto que la persuasión provoca la resistencia del interlocutor, el periodista —igual que el político— se dirige con frecuencia no a la zona racional del destinatario, sino a

sus emociones²⁵². Como indica GRIJELMO, «no busca el sonido del significante [...], sino el significante del sonido», la apelación directa a la voluntad inconsciente, a lo expresivo²⁵³. «Llega un momento [...] en que ya ni importa el sentido verdadero de los vocablos, sino su efecto acústico, su capacidad de producir impactos psicológicos sobre los oyentes»²⁵⁴. Lo importante ya no es lo que las palabras denotan, es su simple emisión y repetición²⁵⁵. Se produce así un traslado de lo concreto (los hechos) a lo abstracto (los valores)²⁵⁶, es decir, una «retórica de las emociones»²⁵⁷ en la que «la palabra se trueca en *verboide*, en puro sonido»²⁵⁸.

Uno de estos términos ‘mágicos’ de efecto inmediato es la palabra *demagogia*, especialmente entre políticos; en ocasiones, los debates políticos se asemejan a una competición en la que gana el primero en acusar al contrario de *demagogo* o *populista*. «Asóciase la posición criticada a ideologías o concepciones que el auditorio detesta por conservadoras, retrógradas, antiliberales, antidemocráticas, extremistas o quizá sólo demagógicas» y se tendrá media batalla ganada²⁵⁹. La otra opción es, con el pretexto de comprobar si se ha comprendido bien, reformular el enunciado del adversario y traducirlo en una caricatura o connotarlo de rasgos negativos; así, «un individuo independiente puede convertirse en un *rebeldé*; una campaña, en una *cruczada*; y un acusado absuelto, en un *exconvicto*»²⁶⁰.

Ante estos términos, independientemente de los argumentos esgrimidos, se ponen en marcha mecanismos internos del receptor que desatan automáticamente sentimientos de aprecio o rechazo. «Las palabras contundentes pueden reunir mayor fuerza que las frases razonadas»²⁶¹. Además, imponen un determinado *ángulo de la cámara* que destaca «una sola cara del prisma de la noticia»²⁶², con consecuencias en la sintaxis y léxico utilizados: si el hablante simpatiza más con uno de los participantes, elegirá términos distintos para designarlo a él o a su conducta o actuación²⁶³. Obsérvense, para muestra, dos titulares del 4 de octubre de 1984 con perspectivas radicalmente opuestas sobre un mismo asunto:

“Morán desconvocó la sesión formal que debía celebrarse ayer en Luxemburgo. La CEE se mostró incapaz, por tercera vez en un mes, de presentar una oferta global a España” (*El País*)

“No hubo reunión. Los ministros de la CEE dejaron plantado a Morán” (*Diario 16*)

A este propósito, sirven con particular eficacia los verbos (*extremar, contentar, ceder, acusar, tolerar, retirarse, repartirse...*), pues no es lo mismo afirmar que alguien *logra* algo que afirmar que lo *intenta*. Y, en ambos casos, debe preguntarse cuál es el criterio para tal aseveración, puesto que el periodismo «no puede elucubrar con intenciones no manifestadas por los actores»²⁶⁴. Esta utilización ‘maquiavélica’ de los verbos reviste especial gravedad cuando implica una crítica o incluso una acusación, como sucede con *detentar, desmentir, confesar, reconocer, abandonar, actuar en connivencia...*²⁶⁵. Algunos ejemplos recientes de uso de verbos con carga negativa para influir en la decodificación por el destinatario son los que siguen:

“El hachazo de Rajoy a la dependencia indigna y confunde” (*El Periódico*, 03/05/2013)

“Sánchez arrolla a Madina” (*La Vanguardia*, 14/07/2014)

“El orgullo catalán invade la televisión” (*El Confidencial*, 11/04/2015)

Lo mismo cabe señalar con respecto a los tiempos verbales; igual que «con el indicativo afirmamos y con el subjuntivo suspendemos esa aseveración»²⁶⁶, el condicional puede usarse para sustituir términos inaceptables en periodismo, como *supongo* o *creo*. Este subterfugio, conocido como *condicional del rumor*, sorprende por su considerable uso en la actualidad²⁶⁷, especialmente en combinación con el verbo *poder*, de gran ambigüedad, pues puede emplearse tanto para indicar potencialidad o capacidad como probabilidad²⁶⁸.

3.5. El peligroso adjetivo

«Es fácil enamorarse de los adjetivos, perder la cabeza por ellos, entregarse a su encanto y dejarse llevar por su perfume» (Juan Antonio Tirado Ruiz)

«No hace falta adjetivar, no hace falta decir “Usted es un burro”, sino que basta con decir la burrada que el burro ha dicho para que se vea que es un burro. Si además se califica, entonces parece que se quiera estar influyendo en el lector, o en el oyente o en el televidente, para que note ese aspecto» (Luis Carandell)

De todas las clases de palabras, el adjetivo probablemente reviste la mayor peligrosidad en periodismo, dado que califica y añade enmascaradamente un juicio de valor en una información supuestamente aséptica. En otros casos, se utiliza de manera automática en

fórmulas cuasicristalizadas, llevando por lo común a la redundancia (*brutal/cobarde asesinato*)²⁶⁹, el sensacionalismo (*aplastante mayoría, inflación galopante, drásticas rebajas...*) o simples adornos carentes de expresividad y por lo general ridículos (*histórico, especial, mágico, emblemático, contundente, intenso...*)²⁷⁰. No obstante, para que no salten las alarmas, suelen esquivarse los adjetivos puros usando en su lugar palabras derivadas de ellos, especialmente verbos interpretativos, casi siempre meliorativos: *mejorar, optimizar, modernizar...*²⁷¹

Dada la naturaleza objetiva de los géneros informativos, el adjetivo en las noticias o crónicas debe ser sobrio e informativo, nunca un juicio de valor²⁷². Sin embargo, en la práctica se han utilizado abundantemente como estrategia discursiva para descalificar al adversario²⁷³:

“El resultado de la consulta, celebrada el pasado 18 de octubre, fue **contundente**: el 67 % de los votantes rechazaron suprimir el paso a nivel” (*El País*, 24/12/2009)

“Obligado a rectificar: Zapatero ejecuta un **dramático** recorte social” (*ABC*, 13/05/2010)

“El Gobierno, **sobrepasado**, se esconde” (*El Mundo*, 13/06/2012)

“Oleada de críticas al **brutal** recorte del PP a las ayudas a la dependencia” (*La Crónica de León*, 20/01/2013)

“Cataluña celebra un 9-N **inútil** para definir su encaje en España” (*El País*, 09/11/2014)

“El gobernador del Banco de España defiende con **inusual** vigor las reformas del Gobierno ante la cúpula financiera” (*ABC Galicia*, 09/04/2015)

La enunciación periodística y muy especialmente la política parecen a menudo inseparables de la construcción de un adversario²⁷⁴, ya que los enfrentamientos entre medios, entre políticos y entre ambos no es sólo una confrontación de argumentos y discursos, sino ante todo entre sujetos que, a falta de argumentos, acuden al ataque directo e incluso la ofensa²⁷⁵, que no sólo consiste en la utilización de adjetivos peyorativos o negativos, sino que puede articularse mediante adjetivos neutros y positivos o por omisión, descarte o agravio comparativo:

“El ministro del Interior demanda al diario gubernamental” (*ABC*, 1996)²⁷⁶

“Ortega Lara es una persona entrañable” (Ondacero, 29/01/2015)²⁷⁷

“364 días de personas normales y corrientes” (*spot* de Intereconomía durante el Orgullo Gay de 2009)²⁷⁸

Por lo que se refiere a los adjetivos de carácter negativo o peyorativo, destacan de manera particular los formados por adición del sufijo *-ista* (*purista, nacionalista, socialista, federalista, centralista, capitalista, izquierdista, felipista, suarista...*), que en cierto modo erigen el defecto *-real* o *-inferido* del contrario en doctrina²⁷⁹. En el fondo, lo que subyace al uso de estos términos es la necesidad de encasillar, de establecer bandos, señalar a los oponentes y acogerse a los «sectarismos heredados, asumidos sin análisis»²⁸⁰. Adjetivos como *reformista, radical, fanático* o *extremista* «se emplean en toda ocasión como si fueran puntos de referencia fijos, equivalentes a la militancia en un partido político»²⁸¹.

En caso de precisar adjetivos, debe garantizarse una cierta veridicción, objetivabilidad o argumentabilidad (*criminal* y no *violento*), es decir, que no sean ambiguos y se proyecten en el eje de lo verdadero/falso (*ser*), no en el de lo bueno/malo o bonito/feo (*deber ser*), correspondientes a escalas valorativas éticas o estéticas²⁸², ajenas al periodismo. Por supuesto, son estas últimas las más habituales, lo que degenera en un maniqueísmo partidista: las connotaciones positivas se asocian siempre a un *nosotros* social o políticamente definido, mientras que las negativas van a parar a *ellos*, los otros, los que de algún modo son distintos, extraños o inconvenientes. Así, las implicaciones léxico-semánticas imponen evaluaciones basadas en un particular punto de vista fundado en una determinada ideología o cosmovisión. «La elección de palabras específicas puede señalar [...] en especial las actitudes y, en consecuencia, las ideologías del hablante. Si el periódico elige *terrorista* o *luchador por la libertad* para referir a la misma persona, no es tanto una cuestión de semántica como una expresión indirecta de valores implícitos»²⁸³.

Para explicar esta relatividad, deben distinguirse tres estrategias discursivas según el tipo de destinatario: consolidación del *nosotros* inclusivo (*prodestinatario*), persuasión del *vosotros* aprehensivo (*paradestinatario*) y réplica al *ellos* exclusivo (*contradestinatario*)²⁸⁴. Mientras que la apelación al *paradestinatario* puede considerarse neutral, el mismo concepto o idea acepta términos distintos según se refiera al grupo *nosotros* o al despreciado *ellos*, que no debe

asociarse con actos positivos²⁸⁵. Si lo hacemos nosotros, es *tolerancia, invertir, reconvertir*, una *exclusiva periodística*; si lo hacen ellos, es *permisividad, especular, despidos masivos*, una *filtración periodística*²⁸⁶. «La represión de un grupo determinado por parte de las autoridades puede considerarse tanto una *cruzada* como una *caza de brujas*. Las personas que nos gustan incurren en *errores* o *equivocaciones*, mientras [que] quienes no nos gustan cometen *torpezas* o *desatinos*. Los manifestantes con quienes no estamos de acuerdo forman una *turba*, en tanto que otros formarían una *multitud*. Y las mismas personas pueden ser *terroristas* o *rebeldes*»²⁸⁷.

La consecuencia material de esta dicotomía de enfoques es la habitual creación de una terminología especial para referirse a los opositores. Relata SOLER que, durante el Gobierno de Aznar, TVE convirtió al PSOE e Izquierda Unida en *la coalición radical de izquierdas*, el término *manifestantes* fue progresivamente suplantado por el de *violentos* (en estos últimos años, por *perroflautas*) y el *acoso* a los dirigentes o militantes del PP –esto es, los actuales *escraches*– se convirtió en la principal noticia de los telediarios de la cadena durante varias semanas. Recientemente, se ha podido apreciar esta dualidad en asuntos de política territorial, en concreto los referidos a País Vasco, Cataluña y Gibraltar, si bien en última instancia se trata de una mera cuestión de marcos discursivos, como cuando el 28 de marzo de 2007 *El Mundo* hablaba de las *críticas* de Jiménez Losantos a Carod-Rovira y Puigercós en vez de utilizar el término *injurias*, delito fallado por la Audiencia de Barcelona²⁸⁸.

3.6. Cómo marcar el camino de la interpretación

«Toda expresión y toda frase deben desempeñar alguna función» (David Randall)

«La noticia deja muchas cosas sin decir» (Teun van Dijk)

Una cuestión fundamental en el estudio de la pragmática y, particularmente, en el análisis del discurso son los llamados *conectores pragmáticos* o *marcadores discursivos*, unidades lingüísticas invariables que sirven para enlazar y relacionar enunciados de manera pertinente, pero que poseen además contenido semántico. La mayoría de las palabras posee un significado *conceptual* o *representacional*, es decir, «contribuyen a las condiciones de verdad de la

proposición semántica». Junto a ellas, existen otras palabras con un significado *computacional*, *procedimental* o *de procesamiento*, cuyo uso variable conduce al receptor a inferencias distintas a partir de la relación entre lo dicho y el contexto²⁸⁹.

Aunque la mayor parte de la información «se comparte personal o socialmente y está cognitivamente representada por los usuarios del lenguaje y, en consecuencia, puede permanecer implícita en el texto y presupuesta por el hablante [...], esta información oculta puede señalarse en el texto»²⁹⁰ mediante conectores, adverbios y otras partículas, que dirigen el proceso interpretativo del interlocutor a modo de «instrucciones metapragmáticas» que restringen, refuerzan o eliminan las inferencias posibles²⁹¹. Tales partículas, de apariencia secundaria, «revelan consideración por la existencia de puntos de vista distintos»²⁹², dado que implican juicios sobre la realidad en tanto en cuanto fuerzan con su significado a buscar unas ciertas inferencias. Son, por tanto, mecanismos de deixis discursiva que dirigen la interpretación y apuntan argumentos o conclusiones implícitos²⁹³.

Por medio de estos comentarios metalingüísticos, el emisor especifica al receptor cómo interpretar el *dictum* (su actitud frente a él, la fuerza de su creencia, cómo debe clasificar el contenido en su memoria, etc.). Estos comentarios no se integran como tales en la representación del contenido por el receptor, sino que poseen la función de proporcionarle instrucciones para la interpretación de las relaciones semánticas subyacentes a los miembros discursivos conectados²⁹⁴. No obstante, como sucede con las inferencias fruto de no presentar al público el contexto de la información, «al interlocutor no le queda más remedio que reconstruirlo y recordar luego el mensaje con las inferencias dentro»²⁹⁵, pues los enlaces extraoracionales suponen conexiones mentales que trascienden al enunciado²⁹⁶.

Dada la amplia variedad de marcadores y su versatilidad e hibridación, no es fácil establecer una clasificación abarcadora de la totalidad, pero, combinando criterios de diversos autores²⁹⁷, es posible cuando menos una tentativa:

- A. Organizadores del texto: *entonces, por cierto...*
- B. Conectores fáticos: *bueno, ¿eh?, ¿no?...*

- C. Conectores argumentativos: Pueden ser evaluativos (*francamente, por lo menos, desgraciadamente...*), limitadores (*quizá, probablemente, seguramente...*) o reforzadores (*sin duda, por supuesto, evidentemente...*) de la aserción y desempeñar funciones diversas:
- a. Aditiva: *además, más aún, aparte, encima...*
 - b. Culminativa: *hasta, incluso, ni, ni (tan) siquiera...*
 - c. Contrastiva u opositiva: *pero, aunque, sino, a pesar de, en cambio, sin embargo...*
 - d. Concesiva: *ciertamente, efectivamente...*
 - e. Restrictiva: *si acaso, excepto, en/ hasta cierta medida, al menos, salvo...*
 - f. Justificativa: *puesto que, ya que, al fin y al cabo...*
 - g. Causativa o consecutiva: *por (lo) tanto, entonces, de hecho, conque, pues...*
 - h. Conclusiva: *de todas formas, en definitiva...*
 - i. Preventiva: *en previsión de, por si acaso...*
 - j. Aclarativa (reformuladores):
 - i. Explicativos: *por ejemplo, es decir, o sea, esto es, a saber...*
 - ii. Correctivos: *mejor dicho, más bien...*
 - iii. Conclusivos: *total, en fin, en resumen...*

Cada uno de estos marcadores, además, proporciona una serie de instrucciones muy específicas que condicionan la interpretación y obtención de inferencias por el receptor. La palabra *pero*, por ejemplo, enlaza dos argumentos antiorientados y subraya la mayor fuerza argumentativa del segundo, de modo que la conclusión parcial implícita en el primer miembro se ve finalmente sustituida por la conclusión extraída a partir del segundo miembro²⁹⁸:

“Aznar gana las elecciones, **pero** necesita a Pujol para gobernar”

(*El País*, 04/03/1996)

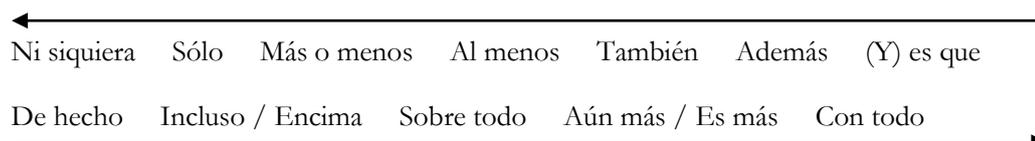
Premisa parcial: “Aznar gana las elecciones”

Conclusión parcial: “Aznar ha ganado”

Premisa adicional: “Necesita a Pujol para gobernar”

Conclusión final: “Aznar no ha ganado tanto como parece”

Entre todos los tipos de marcadores, destacan por su utilidad persuasiva los denominados *escalares*, a través de los cuales se genera una escala virtual de expectativas en la que se sitúa el segmento introducido, que aparece resaltado positiva o negativamente:



Además de incidir en la fuerza argumentativa del argumento sucesivo, estos elementos escalares tienden a presentar el segmento nuevo como inesperado, lo cual supone un mecanismo de gran eficacia para introducir de forma subrepticia una opinión. TIRADO RUIZ recoge, sin ir más lejos, el caso de un locutor que, con ocasión del asesinato de Miguel Ángel Blanco, comentó: “Incluso los reyes han expresado su dolor”²⁹⁹.

Puede adivinarse, asimismo, el potencial de estos marcadores en enunciados con cifras, en los que la presunción de informatividad y exhaustividad puede llevar a equívocos³⁰⁰. Son múltiples las herramientas que ofrece la lengua para la cuantificación, desde adjetivos (*sumo, masivo, enésimo, mortal...*), sustantivos (*barbaridad, trauma, drama...*), verbos (*idealizar, derrochar, aborrecer...*) y adverbios (*siempre, bastante, demasiado, máxime...*) hasta modismos intensificadores, como *a rajatabla, sin ton ni son, de cabo a rabo...*³⁰¹. Entre ellos, se usan de manera particularmente frecuente los más indefinidos y subjetivos³⁰², es decir, *sólo, casi, apenas, más/menos de, poco, mucho*, etc., siempre atendiendo a si se desea resaltar o atenuar la cifra en cuestión, para lo cual se acompañan de verbos evocadores del enfoque perseguido:

“**Apenas** 1.500 personas **se concentran** a favor de la República en Madrid” (*La Razón*, 02/06/2014)

“**Casi** 900.000 trabajadores **han sufrido ya** los ERE de la reforma” (*Público*, 29/07/2014)

“Mariano Rajoy **busca el momento** para anunciar una rebaja fiscal que **apenas** tendrá un impacto presupuestario de 200 millones de euros” (*ABC*, 09/03/2015)

Este mismo recurso se puede observar también con términos temporales (*al fin, todavía, también/tampoco...*), habitualmente usados como intensificadores de aspectos negativos o para dar a entender la existencia de contradicciones:

“Un 22 % **ya** no visita cuartos oscuros de los locales gais” (*El País*, 01/12/1988)

“Salgado **acapara ya** dos altos cargos en Endesa y Abertis” (*El Mundo*, 26/4/2012)

“Rescatar la banca **ha costado ya** a cada español 850 euros” (*Público*, 09/07/2013)

“González **dice ahora** que la reunión se celebró entre Ramírez y Amedo” (*El Mundo*, 25/04/1998)

“Rajoy **precisa ahora** que su continuidad no es «definitiva, ni irreversible» (*La Razón*, 17/03/2004)

“La Audiencia **suspende ahora** la prisión a los condenados del caso Pallerols” (*La Vanguardia*, 30/04/2013)

3.7. La información del silencio

«El silencio significa, puede formar parte del mensaje» (Álex Grijelmo)

«El que escribe responde no sólo de lo que dice, sino también de lo que calla» (Adelino Cattani)

Como acierta en señalar GRIJELMO, el silencio en el periodismo guarda una estrecha vinculación con la censura y autocensura, pero es también una de las técnicas de engaño o manipulación más fáciles y habituales³⁰³. Puesto que el cerebro humano está dotado para completar los vacíos³⁰⁴, cabe la posibilidad de mentir o manipular diciendo algo voluntariamente (proporcionando datos) o eludiéndolo voluntariamente (omitiendo datos)³⁰⁵. En primer lugar, por imperativo de la máxima de relevancia y el principio de cooperación, en periodismo todo lo expresado es por fuerza significativo –y, al revés, todo lo excluido es irrelevante–³⁰⁶, lo cual demuestra el privilegio de los periodistas para determinar la agenda informativa y aun política, a pesar de que dejar en sus manos el criterio de lo que interesa y no interesa al público «supone una grave limitación del derecho a la información»³⁰⁷.

En general, pueden distinguirse tres posibilidades. Primero, silenciar lo que se sabe pero no es relevante, lo cual es acorde con las máximas griceanas y el estatuto periodístico. Segundo, silenciar lo que no se sabe pero se podría saber, lo que supone una falta de

diligencia periodística. Tercero, silenciar lo que se sabe y es relevante. En este último caso, se vulnera el principio de cooperación al inducir a error o engaño insinuando lo incierto o directamente lo falso. Entre periodista y consumidor de información media un contrato tácito de colaboración, por el cual se entiende irrelevante o común todo lo no expresado y relevante hasta el mínimo detalle expresado; al presentar solamente una parte de los hechos, se construye una información engañosa y parcial con un ínfimo riesgo de réplica, puesto que «al silenciar algo se hurta la posibilidad siquiera de debatirlo». De ese modo, en definitiva, se crea una mentira con carga de verdad (y, por ello, difícil de desmentir), lo cual redundará en cierta reputación de credibilidad del informador³⁰⁸.

Al elegir el silencio en lugar de la comunicación, queda reflejada una determinada actitud del hablante ante el entorno. «El silencio, pues, tiene auténtico valor comunicativo cuando se presenta como alternativa real al uso de la palabra»³⁰⁹. Sin embargo, el periodista goza de una presunción de cooperación que dificulta el apercebimiento por el ciudadano de que se le está hurtando una parte de la información, puesto que solo es posible un entendimiento cuando el receptor se percata de ambas intenciones del emisor: la *locutiva* y la *ilocutiva*³¹⁰. Aprovechando un contexto, una cultura compartida, el periodista facilita la inferencia mediante elementos connotados de prejuicios o insinuaciones; en la portada de *El Mundo* del 5 de abril de 2011 podía leerse, por ejemplo, el siguiente titular: “Los extraños negocios del hijo de Chaves”. En las páginas interiores, la noticia era desarrollada mediante expresiones como *convulso*, *preocupa sobremanera*, *comisionista vinculado*, *encender las alarmas en el seno*, *intermediario que pudiera*, *aprovechando*, *temores*, *implicada*, *incentivo*, *su propio padre*, *sentenciando*, *se hizo con*, *ambicioso*... La mayoría de ellas no son negativas *per se*, pero en conjunto trasladan una serie de evocaciones, conforman una *isotopía* que, sin explicar en qué consisten los citados *extraños negocios*, transmite al lector una sensación buscada de sospecha³¹¹.

La estrategia retórica basada en la omisión más habitual en el periodismo son las yuxtaposiciones. Dadas las relaciones sistemáticas existentes entre semántica y sintaxis oracional, por lo común no es preciso indicar la conexión entre dos proposiciones, pues el lector u oyente tiende a interpretar la segunda como una explicación, corrección, matización, contraste o alternativa de la primera³¹². Por medio de la analogía y la

interpretación local, el receptor tiende a cointerpretar linealmente las cadenas lingüísticas que aparecen juntas, en el entendimiento «de que lo que se dice o se escribe tendrá sentido en el contexto en que aparece» (suposición de coherencia). La inevitable secuenciación lineal del discurso, tanto hablado como escrito, obliga a la expectativa de que el oyente deberá deducir una serie de implicaturas de diferentes órdenes, entre ellas el *ordo naturalis* (*post hoc ergo propter hoc*: salvo indicación en contrario, el suceso mencionado primero es anterior o causa del segundo). La presunción normal del receptor será «que la serie de acontecimientos narrados están relacionados unos con otros significativamente, y extraerá las inferencias apropiadas»³¹³.

Gracias a la yuxtaposición, es posible construir silogismos con argumentos o conclusiones implícitos e inferencias obligadas³¹⁴, con la ventaja de que, a diferencia de un juez, el ciudadano común no sabe diferenciar entre los hechos probados y los meramente insinuados³¹⁵. Un ejemplo, publicado en el diario *ABC* el 18 de febrero de 2011: “El imperio Rumasa estalla otra vez en manos de un Gobierno socialista”. De acuerdo con GRIJELMO, «al colocar dos hechos juntos en el titular, se les otorga relevancia y, por tanto, el lector no tiene otro remedio que inferir una relación entre ellos. Se podría haber dicho con idéntico fundamento que el imperio Rumasa *estalla otra vez en febrero*, estableciendo asimismo la inferencia de una relación causa-efecto entre los elementos»³¹⁶. Estas *argumentaciones por causalidad* deben considerarse opinativas, por lo que suponen una arrogación ilícita de los criterios y la especial protección constitucional de los géneros informativos³¹⁷.

Pueden diferenciarse tres variedades fundamentales de yuxtaposición. La primera es la *yuxtaposición ambiental*, que logra su efecto por la mera remisión a un contexto implícito (“La presunta etarra Armendariz enseñó euskera a Pepe Rei” – *El País*, 25/01/2001) o por contraposición de imagen y texto (“Triunfaron los animales” – *El Mundo*, 29/07/2010, sobre la prohibición del toreo en Cataluña; acompaña al titular una fotografía de Carod-Rovira y Montilla sonriendo)³¹⁸. Se trata de la yuxtaposición más frecuente y, por lo general, más tramposa, porque no se limita a insinuar una creencia del informador, sino a trasladar un reflejo de su opinión personal:

“Ruiz-Gallardón: «¡Mucha mierda!»” (El País, 29/10/2002; la cita es del exministro a unos actores de teatro)

“Incautan 42 kilos de hachís en un ‘after’ de Pablo Iglesias y en un bar de La Calzada” (*La Nueva España*, 19/07/2014; el establecimiento no pertenece al líder de Podemos, sino que se encuentra en la calle dedicada al fundador del PSOE, tocayo del primero)

“Gobierno y PP, de acuerdo” (*El Mundo*, 10/04/2015; el periódico omite deliberadamente que el partido en el Gobierno es el PP, por lo que difícilmente podrían estar en desacuerdo)

La segunda es la *yuxtaposición de ignorancia*, en la que los datos suprimidos se desconocen y, por ende, el contenido es una mera conjetura que el periodista considera probable, pero no ha podido o querido verificar. Finalmente, la tercera modalidad es la *yuxtaposición de ocultación*, consistente en la omisión deliberada de unos datos conocidos para evitar que el receptor los utilice en la interpretación de los hechos, generalmente porque contradice los intereses o los argumentos del periodista³¹⁹. Como suele decirse, «no permita que la realidad le estropee una buena historia».

En periodismo no es necesario decir algunas cosas para que el lector entienda³²⁰. La omisión constituye una herramienta poderosa con amplias posibilidades y formas, desde la referida yuxtaposición hasta la deixis³²¹, la autoevidencia³²² y la elisión de fórmulas preceptivas, como las impuestas por la presunción de inocencia³²³. Otros recursos omisivos son el uso de expresiones neutrales, nominalizaciones y construcciones pasivas para ocultar algún aspecto de la oración, generalmente el sujeto o agente³²⁴, y las oraciones interrogativas y negativas, que presuponen un discurso implícito que se niega, rechaza o cuestiona; así, el emisor ‘responde’ valiéndose de sus propias frases como argumentos, a la vez que evita asumir la responsabilidad de posibles sentidos implícitos (sobrentendidos o sugeridos) que podrían resultar lesivos para el destinatario³²⁵.

3.8. Vicios comunes

«Los textos periodísticos pueden teñirse de eufemismos, términos vagos y abstractos, tecnicismos innecesarios, vanilocuencia en fin» (M^a. Victoria Romero Gualda)

El lenguaje periodístico adolece de muchos de los vicios del lenguaje político, como la proliferación de voces pertenecientes a otros ámbitos (político, administrativo, judicial...), incluidos los eufemismos, casi siempre nacidos en el seno de la actividad política y empresarial³²⁶. Entre el eufemismo y la recientemente comentada omisión se sitúan las suplantaciones, expresiones usadas en sustitución de otras que no pueden o no deben mencionarse. Una de las suplantaciones más importantes en la Historia de España data de la Transición, durante la cual la mayoría de oradores públicos evitaban cualquier referencia a la dictadura franquista o a su caudillo; únicamente se aludía, en caso de ser necesario, al *régimen* y el *gobernante anteriores*.

Junto a éstos, se encuentran los neologismos, cuya difusión comienza precisamente en los medios de comunicación. Como señala ROMERO GUALDA, «la creatividad léxica del periodista se mueve entre la necesidad, que daría origen a voces denominativas, y el afán expresivo, más ligado a la neología estilística». Sin embargo, «muchas veces se tiñe de necesidad o de afán expresivo el simple desconocimiento del vocabulario español» (es el caso, verbigracia, de los ya mencionados archisílabos)³²⁷, aunque debe asimismo apuntarse que el periodista ni es lingüista ni tiene por qué serlo, esto es, «no tiene por qué conocer los procedimientos con que se inventan y calcan palabras»³²⁸. Aun así, llaman la atención las soluciones con las que a veces dan respuesta a sus necesidades expresivas, como la famosa portada de *La Razón* del 2 de agosto de 2013, que acuñó el insólito nombre de *Rubalbárceñas* para referirse simultáneamente al extesorero del Partido Popular, implicado en un importante caso de corrupción, y el por entonces líder de la oposición, Alfredo Pérez Rubalcaba, dos personajes públicos sin absolutamente ninguna relación.

Por supuesto, también el lenguaje periodístico se encuentra plagado de extranjerismos, algunos de ellos más justificados que otros, en ocasiones con procesos de *rebarbarización*, como cuando Vizcaíno Casas plasmó en *El Alcázar* del 7 de julio de 1984 la inexistente expresión *fifthy/fifthy*, o confusiones como la de *El Comercio*, que el 3 de marzo de 2015 alertaba de la expansión del *fishing* en taxis de Oviedo, por imposible que parezca semejante práctica. Tampoco debe desdeñarse la colonización ideológica que a veces implican estas expresiones, que sitúan a EE UU (con frecuencia identificado con el nombre del

continente en que se encuentra) en el centro del mapa y convierten lo que para los españoles siempre había sido el *Oriente Próximo* en el *Oriente Medio*³²⁹.

En su labor, el periodista también debe enfrentarse en ocasiones a dos deberes difíciles de concordar a la hora de informar sobre asuntos científico-técnicos: no debe banalizar tales contenidos, pero tampoco puede abandonar su responsabilidad divulgadora y didáctica³³⁰. En estos casos, los tecnicismos pueden usarse lícitamente para «introducir a los lectores en un mundo que les estaba vedado» y enseñarles «el lenguaje que emplean los especialistas», siempre y cuando no se caiga en el elitismo y el oscurantismo³³¹ con pseudocultismos que dificultan la comunicación³³². Tal y como defendía FRANCISCO MARTÍNEZ DE LA ROSA en su *Arte poética*, «la expresión que no es clara nunca es bella».

Para terminar, debe hacerse una referencia al sensacionalismo por el que a veces se dejan invadir las redacciones. Aunque el buen uso antepone la moderación a la exageración (dejar «que los hechos hablen por sí solos»)³³³, la búsqueda de audiencias a través del estímulo emocional lleva a una confusión entre información y espectáculo³³⁴ y a acudir a la hipérbole³³⁵, al dramatismo o patetismo³³⁶, buscando las expresiones más rotundas, grandilocuentes y exageradas³³⁷. Debe puntualizarse que se trata de un uso más propio del mundo anglosajón, como puede observarse en el siguiente titular del *Daily Mirror*, publicado el 28 de junio de 1982, impensable en un medio español: “The gun-crazy double killer being stalked in a forest may be forcing a hostage to fee and hide him”. El reciente impacto de un avión por supuesta decisión del piloto también proveyó con interesantes portadas:

“Killer pilot’s secret gay torment” (*Daily Star*, 26/03/2015)

Interior: “Pilot haunted by gay demons”

Pie de foto: “Lubnitz (pictured here in San Francisco) may have had to hide his sexuality”

“Suicide pilot had a long history of depression. Why on Earth was he allowed to fly?”
(*Daily Mail*, 27/03/2015)

Hecha la anterior matización, es evidente que se trata de un vicio inherente a la concepción empresarial de los medios y que afecta, por tanto, a todos los países, España incluida:

“El Estudiantes rozó el ridículo en su estreno en la Liga Europea” (*ABC*, 20/09/1996)

“El reportaje de la polémica: Así vive el populismo. El ministro griego reside en un piso burgués al pie de la Acrópolis y disfruta de otra vivienda en una isla” (*ABC*, 14/03/2015)

«El periodista intenta sobrecoger al receptor recurriendo a extremos léxicos: la Bolsa o las temperaturas no suben ni bajan, sino que *se disparan* o *se desploman*; la constatación de que Obama ya peina canas no preocupa en su país, sino que lo *colapsa*; una página web no promete visitas a la China imperial, sino a la China *más* imperial; el equipo español no se contenta con pasar a la final, sino que *se mete* en ella; a la Isla de la Reunión no parece serle suficiente con estar en el océano Índico, sino que se encuentra *en pleno* océano Índico...»³³⁸. Este histrionismo expresivo conduce en ocasiones a situaciones de humor negro involuntario (“Las ejecuciones en Pakistán se disparan” – *El Mundo*, 18/03/2015) o meras tonterías por abuso de expresiones prefijadas:

«El Gobierno ha puesto toda la carne en el asador para darle la vuelta a la tortilla» (SER, Ene/2009)

«Sarkozy ha puesto las cartas sobre la mesa para cantarle las cuarenta a Obama» (Cuatro, 01/04/2009)

Uno de los ámbitos en los que se manifiesta más clara y peligrosamente esta tendencia es en la información sobre la realidad criminal, por lo común «inexacta, poco plural y adulterada por los intereses particulares de los medios y de aquéllos que los controlan», lo que contribuye «al desarrollo y potenciación de errores cognitivos, a la aparición y refuerzo del miedo personal y preocupación social por el delito [...] y a la solicitud de una mayor intervención penal». En su papel de agentes de control social, los medios reconocen y delimitan el problema a la vez que generalizan enfoques, perspectivas y actitudes³³⁹, proponiendo implícita o explícitamente soluciones por lo general incompatibles con las exigencias de un Estado social y democrático de Derecho, es decir, con una serie de principios y límites en lo que se refiere a la coacción penal.

3.9. La desaparición de las minorías

«Tú no eres negro, eres minoría étnica.
Bueno, minoría étnica y negro como un tizón» (*Amanece, que no es poco*)

De forma similar a los procesos que se ponen en marcha en la cobertura mediática de las huelgas, la representación de las minorías y de la mujer en los medios de información adolece de graves carencias, con una atención sistemáticamente mínima hacia las acciones negativas contra ellos y asuntos que ni siquiera pueden encontrarse en los medios³⁴⁰. Desde una posición paternalista que cabría calificar de *cisheteropatriarcado occidental blanco*, los medios reconstruyen la realidad social como reproducción de las fuerzas dominantes e ideologías de la propia sociedad, de tal forma que son las definiciones dominantes de la desviación o la marginalidad las que se ven reproducidas en las noticias³⁴¹. Este paternalismo se observa, por ejemplo, en el frecuente uso de diminutivos para referirse a estos colectivos: *señorita, negrito, chinito* (que no siempre procede de China)...

Como resultado de la autoconciencia social de este problema, se ha acuñado –sobre todo en Estados Unidos– lo que se conoce como *lenguaje políticamente correcto*, un conjunto de barbarismos que, en vez de atender a la igualdad de oportunidades en el punto de partida, se centra en la igualación en el punto de llegada³⁴². En otras palabras, en lugar de buscar una solución al problema, se tapa la injusticia social, se maquilla o se enmascara³⁴³ o directamente se barre debajo de la alfombra para que nadie pueda verla.

Entre estos mecanismos de exaltación de la diferencia y ocultamiento de lo extraño, destaca primeramente la costumbre de resaltar la raza, etnia o nacionalidad (o la condición de *inmigrante*, término con connotaciones distintas que *extranjero* a pesar de poseer idéntico referente) cuando se habla de delitos³⁴⁴, mientras que los crímenes cometidos en su contra aparecen representados en mucha menor medida³⁴⁵. Obsérvese la diferencia de enfoque (y, en consecuencia, de los efectos perlocutivos) entre los dos siguiente titulares:

“La dueña de un piso echa a seis marroquíes que le pagaban sin contrato” (*El País*, 28/03/1992)

“La dueña de un piso prohíbe usarlo a seis inquilinos de los que cobraba sin contrato”

Otro claro ejemplo puede encontrarse en la terminología utilizada por los medios en el caso del salto a la valla de Melilla, durante el cual la inmigración fue presentada «como una invasión y su presencia, como un problema para la población autóctona»³⁴⁶. Algunas de las expresiones usadas en la radio durante el mes de mayo de 2015 para cubrir la información fueron *peligro*, *invasión*, *colonización*, *avalancha*, *asalto*, *deterioro de la identidad nacional*, *riada de inmigrantes sin control* (Ondacero), *protegerse de los inmigrantes* (RNE)... Los datos, sin embargo, indican que apenas el 5 % de los inmigrantes que llegan a España lo hacen desde Ceuta y Melilla, por lo que la alarma parece «intencionadamente» exagerada³⁴⁷.

Junto con los inmigrantes, el otro gran grupo que sufre la discriminación mediática son las mujeres, constantemente aniquiladas en las noticias³⁴⁸. El género es una categoría gramatical de gran actualidad³⁴⁹ gracias a neologismos como *violencia de género*, expresión manifiestamente incorrecta por confundir sexo (clasificación biológica) con género (clasificación gramatical)³⁵⁰. Con el *lenguaje inclusivo*, se ha popularizado la reduplicación de los términos (curiosamente, alterando a menudo el orden tradicional, que «antepone cumplida y cortésmente a las damas»³⁵¹), en ocasiones creando formas femeninas para términos neutros, como *presidenta*, *jueza*, *concejala* o *miembro*. Esta extendidísima costumbre no debe considerarse incorrecta, pero sí cuando menos impropia, puesto que en español el masculino opera como término no marcado y es el artículo, no la terminación, lo realmente importante para determinar el género de una palabra³⁵². Sí es incorrecta cuando supone una alteración de las normas gramaticales, como son los supuestos términos neutros terminados en *-e* o *-x* (*niños* y *niñas* > *niñes/niñxs*) o en arroba (*niñ@s*), símbolo este que no constituye un signo lingüístico ni se corresponde con ninguna letra del alfabeto³⁵³.

Más criticable es lo que GRIJELMO denomina *salto semántico*, es decir, el «uso genérico del masculino para referirse a un conjunto de hombres y mujeres que deriva en la exclusión posterior de estas últimas»³⁵⁴. Esta confusión del genérico masculino con el masculino específico supone una identificación de la parte con el todo y un abuso gramatical con el que la mujer queda preterida, oculta, «arrinconada en el subconsciente»³⁵⁵. De forma general, por tanto, «el periodista debe permanecer alerta ante toda generalización relativa a papeles masculinos o femeninos» para evitar la formación de prejuicios y estereotipos³⁵⁶.

El 8 de marzo de 2015, Día Internacional de la Mujer, *ABC* publicó de madrugada el titular “Mecánicas, árbitros, bomberas... mujeres con profesiones de hombre”. Debido a las críticas recibidas, en la edición de la tarde había sido sustituido por “Mecánicas, árbitros de fútbol, bomberas... mujeres aún en minoría en su profesión”. Son esta clase de casos los que prueban que el origen del sexismo lingüístico se encuentra en el hablante (u oyente) o en la realidad misma, pero no en la propia lengua, y en el español menos que en otros idiomas³⁵⁷. La expresión del genérico *policías* coincide con el femenino gramatical y, sin embargo, ello no influye decisivamente sobre la descodificación efectuada por nuestro cerebro, pero «sobre tal descodificación sí será más influyente el hecho de que haya actualmente o no un buen número de policías mujeres»³⁵⁸. El masculino genérico, usado tanto en singular como en plural, no adquiere, por tanto, «tanta importancia en la discriminación lingüística como la propia discriminación que previamente tiene establecida la sociedad»³⁵⁹.

En cualquier caso, «los vicios sexistas del lenguaje se muestran más en las formas de la presencia que en la ausencia»³⁶⁰. Para explicar esto, véanse primeramente estos tres enunciados:

“Misión espacial de la primera astronauta británica” (*El País*, 19/05/1991)

“Lilí Álvarez, la primera española que brilló sobre la hierba londinense” (*Marva*, 29/06/2010)

“Santa Teresa es, probablemente, la mejor prosista española” (Federico Jiménez Losantos en *Esradio*, 20/05/2015)

Los tres ejemplos citados presentan la misma deficiencia: no puede saberse si las protagonistas encabezan en sus respectivos logros al colectivo femenino o a toda la población del país. De hecho, el segundo es el caso de los dos titulares: Helen Sharman fue la primera persona británica en viajar al espacio y Lilí Álvarez, la primera persona española en jugar el Roland Garros. Si ambos enunciados se hubieran expresado con el genérico masculino, no existiría ambigüedad posible ni serían precisas posteriores explicaciones, como “España ya tuvo un número uno en el tenis, pero en la categoría femenina”, ejemplo real que es tanto como decir “Es gitano, pero un buen tipo” o “Aunque es homosexual, se

puede tratar con él”. A pesar de no ser citada la forma femenina, quedaría así realizada la presencia de la mujer en la noticia³⁶¹.

Otro uso con el que frecuentemente se atenúa la importancia de la mujer es la mención por su apellido acompañado de artículo (*la Caballé, la Pantoja, la Pardo Bazán...*). Aunque se trata de un uso claramente vulgar, no es inhabitual su aparición en los medios; desgraciadamente, puesto que el artículo es especificativo y, por ende, presupone un género de elementos de la misma especie. El nombre propio queda así vulgarizado, rebajado, homogeneizado, identificado como uno más dentro de dicha especie³⁶².

«En general, el periodista debe preguntarse, cuando se disponga a utilizar alguna palabra especial para una mujer, si la emplearía igualmente con un hombre»³⁶³. Lo mismo es aplicable al enfoque de la noticia o al hecho noticioso en sí mismo: parece dudoso que *ABC* convirtiera en noticia que el nuevo uniforme policial masculino marca excesivamente la zona genital y, sin embargo, consideró noticia “Los «exuberantes» chalecos antibalas de las mujeres de la Policía Municipal”, titular cuyo pie de foto rezaba: “Una funcionaria, ayer, con su nueva equipación, que marca el pecho”. De igual modo, no se presenta como probable que *La Razón* redactara un reportaje sobre Mariano Rajoy como el que dedicó a su esposa, Elvira Fernández, al que tituló “Virí: 50 años y 8 kilos menos”. Una muestra del contenido del mismo:

“Sabe quedarse en un segundo plano. «Se comporta siempre como una señora», dicen los que la conocen, y jamás interviene cuando no le corresponde [...]. A diferencia de sus antecesoras, Carmen Romero y Ana Botella, a las que les apasionaba la política, Virí ha preferido dedicar estos años a impregnar La Moncloa del calor del hogar”.

3.10. Citar a ciegas

«Ronald quiere que te diga que Seamus le ha dicho que a Dean le han dicho que Hagrid te quiere ver» (*Harry Potter y el Cáliz de Fuego*)

Las citas son una poderosa estrategia para que el periodista introduzca su valoración sobre los hechos sin que pueda reprochársele su parcialidad; antes bien, las citas crean una «ilusión retórica de la fidelidad», dada la mayor cercanía de las fuentes a los hechos, siendo irrelevante que «rara vez sean completamente correctas en el sentido contextual. Sólo deben *sugerir* que son verdaderas»³⁶⁴. Obsérvese la diferencia connotativa entre los tres ejemplos siguientes³⁶⁵:

Me dijo: «Dáselo a ella» | Me aconsejó que se lo diera a ella | Me convenció de que se lo diera a ella

En el desempeño de su labor, el periodista debe reproducir el énfasis con el que se expresan los personajes citados para así retratar lo que realmente ocurre y en qué marco contextual³⁶⁶, pero, a la vez, debe respetar con rigurosidad la literalidad de la cita, evitando modificar su énfasis o significado, pues supondría hacer realizar al susodicho aseveraciones que no hizo³⁶⁷. Sin embargo, no es posible «la reproducción prístina de las palabras de otro [...]». Incluso la más escrupulosa literalidad puede traicionar el sentido de lo que alguien ha dicho», ya que «sacamos “las palabras del contexto lingüístico y extralingüístico” en el que fueron pronunciadas y las introducimos en uno nuevo que las hace entrar en una nueva relación con otras palabras y adquirir nuevas significaciones»³⁶⁸.

A la reproducción literal de las palabras del emisor se la conoce como *cita directa*. Gracias a ella, el destinatario tiene una sensación de contacto directo con la información y, por tanto, da mayor credibilidad a sus palabras, puesto que no aprecia la mediación que supone la mera selección del fragmento reproducido. Asimismo, el periodista tiene la posibilidad de, sin renunciar al *dictum*, establecer el *modus*, es decir, su interpretación de la intención o fuerza ilocutiva, en ocasiones reformulando lo dicho. Es lo que se denomina *cita indirecta*. Entre ambos estilos, se establece un *continuum* de posibilidades entre las que el periodista puede optar según el mensaje que quiera trasladar a su audiencia³⁶⁹. Véase el siguiente caso, en el que unas declaraciones del 14 de abril de 2004 llevaron a distintos titulares:

“Rajoy admite su derrota y felicita a Zapatero” (*El País*)

“Rajoy seguirá trabajando desde la «deal oposición»” (*El Mundo*)

“Rajoy achaca su derrota a la conmoción ante las trágicas consecuencias del atentado”
(*ABC*)

“Rajoy felicita a Zapatero y se pone al servicio del PSOE en la lucha contra el terrorismo”
(*La Razón*)

Mediante la elección de verbos de distinta intensidad ilocutiva, se logra transmitir distintas imágenes del candidato perdedor: claudicante (*El País*), comprometido (*El Mundo*), desafortunado (*ABC*) y servicial (*La Razón*). El uso de uno u otro verbo permite introducir la subjetividad del periodista en la noticia y proyectar una imagen positiva o negativa, cortés o descortés, del protagonista. Estos verbos *dicendi* tienen efectos diversos en la psique del receptor: el que *asegura* cree en lo que dice, *insistir* implica repetición, *admitir* es reconocer un hecho desfavorable y *denunciar* supone un hecho ilegal que, además, el redactor considera cierto; se puede *reivindicar* o *reclamar* lo justo y legítimo o, con mayor vehemencia, *exigirlo* o *instar* a ello; no es lo mismo el que *jura* o *promete* que el que *se compromete* y siempre se verá como amable a quien *invita*, *agradece*, *felicita*, *se alegra*, *ofrece* o *se disculpa*, en oposición a la agresividad del que *acusa*, *achaca*, *tacha*, *condena*, *amenaza* o *replica* y a la sospecha que recae sobre el que *desmiente*, *renuncia*, *insinúa* o *se desdice*³⁷⁰.

Asimismo, los términos subrayados entre comillas, aunque citas literales, suelen estar cargados de valoraciones, ya que gracias a las comillas lo que precisamente anuncia el periodista es que no se compromete enteramente con lo expresado, puesto que son palabras de otra persona. De esa forma, se distancia de la cita y evita responsabilizarse de su contenido, a pesar de que la selecciona deliberadamente como argumento para su texto³⁷¹:

“Miles de personas piden «la verdad» ante las sedes del PP” (*El Mundo*, 14/03/2004)

“Ibarretxe llama «alimañas» a los etarras por querer «dinamitar la democracia» (*ABC*, 16/03/2004)

“El Gobierno reacciona contra el 'colosal disparate' separacionista” (*El Mundo*, 09/10/2012)

Para terminar, debe subrayarse que las fuentes deben ser siempre personas concretas (en el caso de una institución, sus representantes). Se produce una simplificación legítima cuando

la persona se sustituye por su cargo, la autoridad por la institución y hasta el Gobierno por la capital o el país, pero resulta inadmisibles la indeterminación de la fuente por una sustitución incorrecta o la cita genérica de supuestos expertos indeterminados, recurso generalmente usado para introducir la propia opinión. Si la falta de precisión es intolerable en el periodismo, resulta especialmente grave si afecta a las fuentes, pues las fuentes informativas invocadas de modo genérico «acaban siendo una excusa para atacar a otros desde el anonimato»³⁷².

4. COLOFÓN

«Se puede engañar a todos en alguna ocasión, incluso se puede engañar a muchos durante algún tiempo, pero no se puede engañar siempre a todo el mundo» (Abraham Lincoln)

Según la semiótica de UMBERTO ECO, todo comunica. Gracias a ello, el periodista puede utilizar todas las artes retóricas y tipográficas para inclinar al receptor hacia una cierta interpretación sin dejar de aparentar la objetividad en su exposición³⁷³, «tratando incluso de exponer sus ideas como si fuera ajeno a ellas, intentando mostrar cierto distanciamiento respecto a las mismas ante las posibles repercusiones negativas que éstas pudieran desencadenar»³⁷⁴. Para ello, se vale de una serie de recursos que vienen a sumarse y complementar a la palabra, como el ritmo veloz, la puntuación o el uso de mayúsculas. De todos ellos, cabe destacar por lo menos tres.

El primero engloba la elocución del texto (tono, entonación, pronunciación, etc.). Mediante la entonación, en particular, se contribuye a la construcción del sentido de lo que se dice³⁷⁵, dándole forma, estructurándolo y destacando la información nueva o importante tonalmente³⁷⁶. A diferencia del texto escrito, que en principio sólo dispone de recursos lingüísticos, «los hablantes gozan de la entonación como parte de lo lingüísticamente codificado», con un contexto infinitamente más rico gracias a la simultaneidad, que posibilita una retroalimentación³⁷⁷. Por ello, no debe descuidarse nunca la oralidad, incluida

la pronunciación, cuyos errores pueden alterar el significado de todo el discurso, como descubrió M^a. Dolores de Cospedal el 22 de abril de 2015, cuando durante un mitin afirmó: «Hemos trabajado mucho para *saquear* nuestro país».

El segundo complemento básico de la palabra son los gráficos e imágenes, máxime en la actual era del audiovisual, que impone un nuevo lenguaje (al que TIRADO RUIZ denomina *televisés*³⁷⁸) y nuevos códigos. En oposición a las palabras, las imágenes no tienen la capacidad de mentir por sí solas, pero a la vez raramente reflejan toda la verdad³⁷⁹. Sin embargo, la extensión de la televisión como principal medio de información ha determinado la hegemonía de la imagen, de tal manera que los hechos huérfanos de imágenes quedan condenados al silencio y la indiferencia³⁸⁰. Asimismo, se aprecia una tendencia a la distensión en los medios audiovisuales, incluida la radio, lo cual es perfectamente tolerable en ciertos formatos, pero no así en géneros estrictamente informativos³⁸¹.

En tercer lugar, merecen una mención aparte las estadísticas y cifras. Aunque los datos numéricos en principio suelen ser correctos, pocas veces son neutros³⁸², dado que han sido seleccionados y tratados (la noticia puede enfocarse desde la perspectiva del 30 % o del 70 %, según convenga). Además, incluso cuando no son interesantes o relevantes siquiera, son un recurso retóricamente muy efectivo, pues aportan una sensación de precisión y acceso directo a los datos (de veracidad, en fin); por ello, «pueden ser altamente variables entre los medios informativos, incluso cuando se utilizan las mismas fuentes, y, si son incorrectas, rara vez se corregirán»³⁸³. Un claro ejemplo son los datos sobre manifestantes, atenuados o exagerados en función de la línea ideológica del medio informativo, como puede apreciarse en los siguientes titulares del 10 de septiembre de 1983:

“**Escaso** eco de la manifestación abertzale” [“entre 2.500 y 3.000 personas”] (*ABC*)

“**Siete mil** personas se manifestaron en San Sebastián contra las extradiciones” (*Diario 16*)

“**Ocho mil** manifestantes en San Sebastián contra las extradiciones” (*Ya*)

“Manifestación **multitudinaria** en San Sebastián contra las extradiciones de etarras” (*El País*)

Por lo que respecta a la palabra, deben garantizarse una ortografía y expresión correctas, puesto que «a veces se considera problema estilístico o incorrección idiomática lo que supone un uso injusto del lenguaje, es decir, formas de expresión que conducen a interpretaciones falsas, mentirosas, de la realidad»³⁸⁴. En caso de cometerse un error, ha de enmendarse cuanto antes, preferentemente con una exposición idéntica a la visibilidad del error, lo cual nunca se cumple, dado que las fes de erratas y errores suelen relegarse a rincones remotos con una tipografía harto discreta. La cautela debe ser máxima en la reproducción de informaciones y declaraciones, evitando la descontextualización o transcripciones incorrectas (el 4 de septiembre de 2014, por ejemplo, *La Gaceta* publicaba un reportaje titulado “¿Por qué ETA empezó a asesinar a ediles en el País Vasco?” cuando lo que decía la información original no era *ediles*, sino *dealers*, es decir, traficantes de drogas).

La lengua nos ayuda a dar sentido al mundo; a pensarlo a través de ella. «El lenguaje es pensamiento, porque, al ordenar el lenguaje, ordenamos el pensamiento –dijo Miguel de Unamuno–. La lengua condiciona y limita el pensamiento, la imaginación y el desarrollo social y cultural»³⁸⁵. He ahí la importancia de la palabra para la democracia, tanto en el debate parlamentario y político como en las esferas pública y mediática. Aunque los Gobiernos insistan en disfrazar sus acciones con bellas palabras, al final es la propia acción la que importa; como dijo Alberti, «las palabras entonces no sirven, sólo son palabras». «El Gobierno es acción sobre todo, y lo que positivamente queda del gobernante son las obras»³⁸⁶.

Asimismo, «no puede olvidarse la distinta finalidad que tienen los dos discursos –el periodístico y el político–: el primero ha de ser radicalmente informativo, el segundo es básicamente persuasivo. En el primero, el receptor busca que se le expliciten hechos, que se le señalen causas y consecuencias de ellos; si se trata de contenidos conceptuales, querrá asimismo que se le expliquen con razonamientos claros y pertinentes al tema en cuestión; si en lugar de eso el emisor busca suscitar emociones, conseguir adhesiones emocionales y en su caso provocar acciones, estaremos frente a textos persuasivos»³⁸⁷.

Este último ha sido a menudo el caso de los medios de comunicación españoles (y, probablemente, de todo el mundo), convertidos en replicadores de las declaraciones y

opiniones de los políticos y directores de los propios medios; como los denomina SOLER, «armas de desinformación masiva»³⁸⁸. Por supuesto, debe tenerse en cuenta que los medios no transmiten la realidad, sino que la retransmiten³⁸⁹, por lo que, desde el momento en que se elige lo que es noticia y la información es tratada, no puede hablarse de *imparcialidad*, *objetividad*, *neutralidad* o *independencia*. El periodismo debe ser veraz, honesto y comprometido, pero no puede ser verdaderamente objetivo. «Nadie es neutral y los periodistas, menos»³⁹⁰.

El artículo 20.d de la Constitución Española garantiza el derecho y el deber a dicha información veraz en el entendimiento del imprescindible papel de los medios para el desarrollo de una opinión pública libre y formada, a pesar de que los propios ciudadanos habitualmente se adhieran a una determinada línea editorial y concedan a los informadores que la siguen una autoridad moral incuestionable³⁹¹. Los periodistas, por tanto, desempeñan una labor social esencial en la que el compromiso lo es todo³⁹². «Los cínicos no sirven para este oficio», titulaba una de sus obras RYSZARD KAPUŚCIŃSKI, y sigue siendo tan cierto como entonces: el periodismo es el *cuarto poder*, el contrapoder que fiscaliza a los demás y garantiza que sus abusos sean puestos al descubierto y «sigan sintiendo el miedo a la verdad y al periodismo que la defiende»³⁹³.

No menos importante, no debe tampoco olvidarse la letra del artículo 3 del texto constitucional, que propugna la protección del idioma español y de las distintas lenguas del país, labor en la que la actividad periodística resulta absolutamente fundamental. Precisamente, la raíz de la profesión periodística «es el amor a la lengua, el combate amoroso con el lenguaje, la necesidad de expresión»³⁹⁴. Los periodistas, al igual que los políticos, son percibidos como autoridades en materia lingüística³⁹⁵ y, por tanto, tienen la responsabilidad de usar bien el idioma³⁹⁶. «El periodista no debe ser un fotógrafo de la realidad idiomática, sino un mediador que dignifique nuestra lengua»³⁹⁷. Citando nuevamente a HARTZENBUSCH, «el habla es la defensa, el respeto, la dulzura, el amor, la ley, el bien de la vida del ser que piensa; usada en mal, es ruina del mundo».

5. BIBLIOGRAFÍA

5.1. Teoría

ABELLA, V. *Más allá de la raya* en VA Semanal. España, 07/05/2014. Disponible en <https://vatraduccion.wordpress.com/2014/05/07/mas-alla-de-la-rya>

ABRIL VARGAS, N. *Periodismo de opinión: claves de la retórica periodística*, Síntesis. Madrid, 1999. ISBN: 84-7738-701-X

----- *Información interpretativa en prensa*, Síntesis. Madrid, 2003. ISBN: 84-9756-125-2

ARCE CASTILLO, Á. *El lenguaje político: recursos pragmático-discursivos en registros formales e informales* (1ª ed.), Ratio Legis. Salamanca (España), 2006. ISBN: 84-9345-818-X

ARIAS THOUS, Mª. C. *La manipulación fotográfica en prensa* [TFG], UFV. Madrid, 2014

ARMENTIA VIZUETE, J. I. y CAMINOS MARCET, J. Mª. *Redacción informativa en prensa*, Ariel. Barcelona, 2009. ISBN: 978-84-3441-312-2

AZNAR, H. *Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*, Paidós. Barcelona, 1999. ISBN: 84-4930-653-1

----- *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*, Ariel. Barcelona, 2005. ISBN: 84-3441-306-X

BAUDRILLARD, J. *Cultura y simulacro* (8ª ed.), Kairós. Barcelona, 2007. ISBN: 978-84-7245-298-5

BLUMENTHAL, H. *Relación entre PODER y SABER en "La historia de la falsa tortuga" ("Alicia en el País de las maravillas")*. Cali (Colombia), 1998. Disponible en <https://es.scribd.com/doc/16249254/La-Falsa-Tortuga>

BROWN, G. y YULE, G. *Análisis del discurso*, Visor Libros. Madrid, 2005. ISBN: 978-84-7522-488-6

CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (coord.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar* (1ª ed.), caps. 5: "Lenguaje periodístico" (B. H. Hernando, pp. 119-141) y 8: "El arte de las citas" (F. López Pan, pp. 203-224), Ariel. Barcelona, 2004. ISBN: 84-3441-298-5

CATTANI, A. *Los usos de la retórica* (1ª ed.), Alianza. Madrid, 2003. ISBN: 84-2063-605-3

CAZORLA, L. Mª. *La oratoria parlamentaria* (1ª ed.), Austral (Espasa-Calpe). Madrid, 1985. ISBN: 84-2391-666-9

CHOMSKY, N. y RAMONET, I. *Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración de medios* (25ª ed.), Icaria. Barcelona, 2008. ISBN: 84-7426-245-3

COLOMBO, F. *Últimas noticias sobre el periodismo (Manual de periodismo universal)*, Anagrama. Barcelona, 1998. ISBN: 84-3390-538-4

- DADER, J. L. *Periodismo de precisión: vía socioinformática de descubrir noticias*, Síntesis. Madrid, 1997. ISBN: 84-7738-489-4
- DEL VISO, N. (coord.). *Periodismo con otra mirada* [PDF] en ECOS, n.º. 13, CIP-Ecosocial. Madrid, 2011. Disponible en https://www.academia.edu/4172790/P%C3%BAblicos_que_quieren_ser_protagonistas
- DE MIGUEL, A. *La perversión del lenguaje* (4ª ed.), Austral (Espasa-Calpe). Madrid, 1994. ISBN: 84-2397-356-5
- DÍAZ ARIAS, R. *Periodismo en televisión: entre el espectáculo y el testimonio de la realidad*, Bosch. Barcelona, 2006. ISBN: 978-84-979-0258-8
- DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (coord.). *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel. Barcelona, 2003. ISBN: 84-3441-297-7
- DOMÍNGUEZ, V. (ed.). *Pantallas depredadoras: el cine ante la cultura visual digital* (1ª ed.), FICX-EdiUno. España, 2007. ISBN: 978-84-8317-657-3
- ECHART, N. y CID, B. (coord.). *Manual de retórica parlamentaria* (1ª ed.), Asamblea de Madrid. Madrid, 2007. ISBN: 978-84-8737-323-7
- ECO, U. *La estructura ausente (Introducción a la semiótica)* (3ª ed.), Lumen. Barcelona, 1986. ISBN: 84-2641-076-6
- EDO, C. *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*, Comunicación Social. Sevilla, 2003. ISBN: 84-9608-203-2
- ESCANDELL VIDAL, Mª. V. *Introducción a la pragmática* (2ª reimp.), Ariel. Barcelona, 2002. ISBN: 84-344-8220-7
- ESCRIBANO, A. *El discurso reproducido en las informaciones electorales* [PDF] en Anàlisi, n.º. 35, pp. 65-82. España, 2007. Disponible en <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n35/02112175n35p65.pdf>
- FERNÁNDEZ LAGUNILLA, M. *La lengua en la comunicación política* (1ª ed.), vols. 1 (“El discurso del poder”) y 2 (“La palabra del poder”), Arco Libros. Madrid, 1999. ISBN: 84-7635-377-4 / 378-2
- FERNÁNDEZ PORTA, E. *€0\$: la superproducción de los afectos* (1ª ed., 2ª col.), Anagrama. Barcelona, 2012. ISBN: 978-84-339-7681-9
- FOUCAULT, M. *El orden del discurso* (2ª ed., 2ª col.), Tusquets. Barcelona, 1973. ISBN: 978-84-8310-654-9
- *Vigilar y castigar (nacimiento de la prisión)* (23ª ed.), Siglo XXI. Madrid, 1992. ISBN: 84-323-0332-1
- FUENTES OSORIO, J. L. *Los medios de comunicación y el Derecho Penal* [PDF] en Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología, n.º. 07-16. España, 2005. Disponible en <http://criminet.ugr.es/recpc/07/recpc07-16.pdf>
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. *La organización informativa del texto* (1ª ed.), Arco Libros. Madrid, 1999. ISBN: 84-7635-346-4

GARCÍA DOMÍNGUEZ, P. y GÓMEZ FONT, A. (comp.). *El idioma español en las agencias de prensa* [I Seminario Internacional “El idioma español en las agencias de prensa”; Madrid, octubre de 1989], FGSR-EFE. Madrid-Salamanca, 1990. ISBN: 84-8616-850-3

GARCÍA YEBRA, V. *Claudicación en el uso de las preposiciones*, Gredos. Madrid, 1988. ISBN: 84-2491-277-2

GARRIDO MEDINA, J. *Idioma e información. La lengua española de la comunicación* (1ª ed.), Síntesis. Madrid, 2008. ISBN: 978-84-7738-222-5

GRIJELMO, Á. *El estilo del periodista* (18ª ed.), Taurus. Madrid, 1997. ISBN: 978-84-3060-949-9

----- *Defensa apasionada del idioma español* (3ª ed.), Taurus. Madrid, 1998. ISBN: 84-3060-327-1

----- *La seducción de las palabras* (4ª ed.), Punto de Lectura (PRISA). Madrid, 2000. ISBN: 978-84-6636-991-6

----- *La punta de la lengua*, Aguilar. España, 2004. ISBN: 84-0309-418-3

----- *La información del silencio (Cómo se miente contando hechos verdaderos)* (1ª ed.), cap. 9: “La información del silencio en el periodismo” (pp. 405-460), Taurus. Madrid, 2012. ISBN: 978-84-3060-087-8

GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, B. et ál. *La manipulación de la opinión pública en los informativos. La evolución de su lenguaje* [PDF] en Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, ULL. España, 2009. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/02begona_gutierrez.pdf

HIMANEN, P. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información* [PDF]. Finlandia, 2001. ISBN: 978-0-375-50566-9. Disponible en <http://www.educacionenvalores.org/IMG/pdf/pekka.pdf>

LAKOFF, G. *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político* (3ª reimp.), UCM. Madrid, 2007. ISBN: 978-84-7491-813-7

LÁZARO CARRETER, F. *El nuevo dardo en la palabra* (1ª ed.), Círculo de Lectores. Barcelona, 2003. ISBN: 84-672-0415-X

LÓPEZ, M. *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*, Paidós. Barcelona, 2004. ISBN: 84-4930-152-1

LÓPEZ HIDALGO, A. *El titular: manual de titulación periodística*, Comunicación Social. Sevilla, 2001. ISBN: 84-9322-510-X

MARTÍN ZORRAQUINO, Mª. A. y MONTOLÍO DURÁN, E. (coord.). *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis* (1ª ed.), Arco Libros. Madrid, 1988. ISBN: 84-7635-332-4

MARTÍNEZ RODRIGO, S. *Lenguaje audiovisual y manipulación* [PDF] en Comunicar - Revista Científica de Comunicación y Educación, nº. 25, pp. 211-220. España, 2005. Disponible en dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1368019.pdf

PÉREZ-REVERTE, A. *Sobre miedo, periodismo y libertad* en El País [online]. España, 22/05/2014. Disponible en http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/05/22/actualidad/1400782562_001431.html

PORTOLÉS, J. *Marcadores del discurso* (1ª ed.), Ariel. Barcelona, 1998. ISBN: 84-3442-831-8

RANDALL, D. *El periodista universal* (1ª ed.), caps. 8, 9 y 12 (pp. 120-164 y 198-210), Siglo XXI. Madrid, 1999. ISBN: 84-323-0993-1

REYES, G. *El abecé de la pragmática* (6ª ed.), Arco Libros. Madrid, 2003. ISBN: 84-7635-169-0

RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*, Paidós. Barcelona, 2005. ISBN: 84-4931-824-6

ROMERO GUALDA, Mª. V. *El español en los medios de comunicación* (3ª ed.), Arco Libros. Madrid, 1996. ISBN: 84-7635128-3

SANTILLÁN PERALBO, R. *El lenguaje en el periodismo de opinión* (1ª ed.), Quipus (CIESPAL). Quito (Ecuador), 2006. ISBN: 978-9978-55-060-1

SERRANO, P. *El periodismo es noticia (Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI)* (1ª ed.), caps. II: “Política y periodismo” (pp. 27-37) y VI: “El periodista, la objetividad y el compromiso” (pp. 89-105), Icaria. Barcelona, 2010. ISBN: 978-84-9888-205-6

SOLER, P. *Algunas claves de la manipulación informativa*, UNED. España, s/f. Disponible en http://www.uned.es/ntedu/asignatu/9_PEDRO_SOLER.html

TAIBO, C. y FLORES, E. *Diccionario de neología (sobre el uso políticamente manipulador del lenguaje)* (1ª ed.), Catarata. Madrid, 2015. ISBN: 978-84-8319-972-8

TIRADO RUIZ, J. A. et ál. *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión: las noticias en el espejo*, Bosch. Barcelona, 2003. ISBN: 84-7654-012-4

TÚÑEZ, M. *Producir noticias: cómo se fabrica la realidad periodística*, Tórculo. Santiago de Compostela, 1999. ISBN: 84-8408-062-5

URIARTE, E. *Introducción a la ciencia política: la política en las sociedades democráticas* (3ª ed.), Tecnos. España, 2010. ISBN: 978-84-3095-133-8

VAN DIJK, T. A. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información* (1ª ed.), Paidós. Barcelona, 1990. ISBN: 84-7509-622-0

VARELA ORTEGA, S. *Morfología léxica: la formación de palabras*, Gredos. Madrid, 2005. ISBN: 84-2492-740-0

VICO, G. *Elementos de retórica* (1ª ed.), Trotta. Madrid, 2005. ISBN: 84-8164-738-1

VILCHES VIVANCOS, F. (coord.). *Cultura, pensamiento, medios de comunicación e instituciones en el fin de siglo*, Fund. Airtel-URJC. Madrid, 2000. ISBN: 84-9302-987-4

----- *El menosprecio de la lengua (El español en la lengua)* (1ª reimp.), Dykinson. Madrid, 2001. ISBN: 84-8155-774-9

---- (coord.). *Creación neológica y la sociedad de la imaginación* (1ª ed.), Dykinson. Madrid, 2008. ISBN: 978-84-9849-184-5

VILCHES VIVANCOS, F. y SARMIENTO GONZÁLEZ, R. *Lengua española y comunicación* (1ª ed.), SGEL. Madrid, 2004. ISBN: 84-9778-116-3

---- (coord.). *Neologismos y sociedad del conocimiento: funciones de la lengua en la era de la globalización* (1ª ed.), Ariel. Madrid, 2007. ISBN: 978-84-0807-208-9

5.2. Corpus adicional

[A. DESC.] “Los eufemismos que utiliza el Gobierno de Rajoy para comunicar políticas impopulares” [noticia] en *20Minutos*. España, 17/04/2013. Disponible en <http://www.20minutos.es/noticia/1516871/0/eufemismos/rescate/gobierno-rajoy>

---- “‘Movilidad exterior’ cuando quieres decir ‘exilio juvenil’ y otros 12 eufemismos políticos” [artículo] en *Huffington Post*. España, 17/04/2013. Disponible en http://www.huffingtonpost.es/2013/04/17/eufemismos-politicos_n_3099051.html

---- “‘Movilidad exterior’ y otros eufemismos de políticos en apuros” [noticia] en *El Confidencial*. España, 21/04/2013. Disponible en http://www.elconfidencial.com/espana/2013-04-21/movilidad-exterior-y-otros-eufemismos-de-politicos-en-apuros_192040

---- “Eufemismos: de los «campos de trabajo» nazis, al derecho a decidir catalán” [reportaje] en *ABC*. Madrid, 03/11/2014. Disponible en <http://www.abc.es/archivo/20141103/abci-eufemismos-nazi-catalan-hitler-201410311831.html>

AGUILAR MONTERO, L. Á. “Que 2014 destierre la impúdica neolengua política actual: Eufemismos u oxímoros que niegan o disfrazan la verdad” [artículo] en *ATTAC*. Castilla-La Mancha (España), 03/01/2014. Disponible en <http://www.attac.es/2014/01/03/que-2014-destierre-la-impudica-neolengua-politica-actual-eufemismos-u-oximoros-que-niegan-o-disfrazan-la-verdad>

CAMPOS SAGASETA, K. “Eufemismos” [artículo] en *Rebelión*. España, s/f. Disponible en <http://rebelion.org/noticia.php?id=97959>

CASTILLEJA CAMBRA, E. *Mito, legitimación y violencia simbólica en los manuales escolares de Historia del franquismo (1936-1975)*, UNED. España, 2014. ISBN: 978-84-3626-864-5

CHORRO VIZCAÍNO, P. y GRITA, L. *Lenguaje y antilenguaje en algunos textos jurídicos europeos relativos a la reglamentación del aborto* [PDF] en Cuadernos de Bioética, n.º. 38 (1999/2), pp. 351-364. España, 1999. Disponible en <http://aebioetica.org/revistas/1999/2/38/351.pdf>

GAVILANES LASO, J. L. “Eufemismos y disfemismos” [columna] en *Diario de León*. España, 03/10/2011. Disponible en <http://www.fundeu.es/noticia/eufemismos-y-disfemismos-6711>

MARS, A. “No digan recortes, llámenlo amor” [columna] en *El País*. Madrid, 05/03/2012. Disponible en http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/03/05/vidayartes/1330979259_557017.html

MARTÍNEZ HERNANDO, B. *Eufemismos y disfemismos en los periódicos españoles* [ponencia] en II Congreso Internacional de la Lengua Española (panel “El español en la sociedad de la información”, sección “El español en la prensa”). Valladolid (España), octubre de 2001. Disponible en http://congresos.delalengua.es/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/1_la_prensa_en_espanol/martinez_b.htm

NUÑO, A. “Los eufemismos del Holocausto” [reportaje] en *El Nacional*. Caracas (Venezuela), 27/01/2013. Disponible en http://www.el-nacional.com/papel_literario/eufemismos-Holocausto_0_125389789.html

RIVERA, N. “Nuevo diccionario político-español: una herramienta imprescindible para conocer la realidad del país” [artículo] en *Yorokobu*. España, 30/04/2014, disponible en <http://www.yorokobu.es/nuevo-diccionario-politico-espanol-una-herramienta-imprescindible-para-conocer-la-realidad-del-pais>

SAMPEDRO BLANCO, V. F. (coord.). *En el ojo del huracán: la imagen mediática de EEUU tras el paso del Katrina. Análisis de la prensa de referencia de Brasil, Gran Bretaña, Italia y España* [PDF], GEAC-URJC, Real Instituto Elcano (DT n.º. 52/2005). 24/11/2005. Disponible en http://www.academia.edu/4160006/En_el_ojo_del_hurac%C3%A1n_la_imagen_medi%C3%A1tica_de EEUU_tras_el_paso_del_Katrina._An%C3%A1lisis_de_la_prensa_de_referencia_de_Brasil_Gran_Breta%C3%B1a_Italia_y_Espa%C3%B1a

SAMPEDRO BLANCO, SÁNCHEZ DUARTE et ál. “Agendas electorales y medios de comunicación en la campaña de 2004” [PDF] en MONTERO, LAGO y TORCAL (eds.). *Elecciones generales 2004*, CIS, pp. 107-141. Madrid, 2007. Disponible en https://www.academia.edu/1099307/Agendas_electorales_y_medios_de_comunicaci%C3%B3n_en_la_campa%C3%B1a_de_2004

----- *Las memorias tipificadas del franquismo y de la transición española* [PDF] en *Memoria y Sociedad*, vol. 17, n.º. 35, pp. 144-162. Bogotá (Colombia), 2013. Disponible en http://www.ciberdemocracia.es/wp-content/uploads/Carri%C3%A7o_Sampedro_Duarte_MEMORIAS_TIPIFICADAS_FRANQUISMO.pdf

SÁNCHEZ DUARTE, J. M. *Narrativas y portavoces del terrorismo mediatizado* [PDF] en *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º. 64, pp. 481-490, ULL. Tenerife (España), 2009. Disponible en https://www.academia.edu/1099309/Narratives_and_mass-mediated_terrorism_main_actors_Narrativas_y_portavoces_del_terrorismo_mediatizado

SÁNCHEZ DUARTE, J. M. y RODRÍGUEZ ESPERANZA, S. *La extrema-derecha en Facebook. España 2000 y Democracia Nacional durante la campaña electoral de 2011* [PDF] en *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 4, n.º. 1, pp. 221-258. España, 2013. Disponible en https://www.academia.edu/4159921/La_extrema-derecha_en_Facebook._Espa%C3%B1a_a_2000_y_Democracia_Nacional_durante_la_campa%C3%B1a_electoral_de_2011

SOLA, M. “Si hablar con eufemismos es un arte, el político es un artista” [noticia] en *lainformacion.com*. España, 11/07/2014. Disponible en http://noticias.lainformacion.com/espana/si-hablar-con-eufemismos-es-un-arte-el-politico-es-un-artista_1Yk6D0g0KvdZPUN5v9NFS2

VIZCAÍNO, M. A. “Eufemismos o embozos castristas” [columna] en *El Veraz*. San Juan (Puerto Rico), s/f. Disponible en <http://elveraz.com/articulo134.htm>

ANEXO I: Notas

Dada la amplitud de la bibliografía, se ha optado en el presente trabajo por seguir un sistema de citas riguroso que asegure la asociación de cada idea con su autor; además, la elección de dicho sistema contribuye a la validez científica de la investigación, que probablemente será ampliada en lo sucesivo a lo largo de la carrera profesional del autor. Ya que algunas de las siguientes notas incluyen comentarios de una cierta extensión, se ha preferido situarlas al final del documento, de modo que no quede afectada la legibilidad del cuerpo.

PREFACIO

¹ GRIJELMO (1998), p. 19. A partir de aquí, puede ya observarse el enfoque funcionalista que adoptará el presente trabajo.

² GRIJELMO, Á. “El poder de las palabras” en VILCHES VIVANCOS (2000), p. 68. También MELLIZO, F. “Del lenguaje y la política” en GARCÍA DOMÍNGUEZ y GÓMEZ FONT (1990), p. 139: «La palabra ya no es sino aquello para lo que vale, [...] un arma».

³ VAN DIJK (1990), pp. 52-53.

⁴ RANDALL (1999), p. 131.

⁵ «De manera similar, la interpretación y la producción de un texto suponen los procesos mentales de la interpretación y la formulación, la recuperación y el uso del conocimiento y de otras estrategias de la dimensión cognitiva del discurso. [...] Ocuparse del discurso significa ocuparse de los procesos de interpretación y de la interacción social, [...] saber cómo influyen los procesos cognitivos» (VAN DIJK, 1990: pp. 52-53).

⁶ RAMONET, I. “Pensamiento único y nuevos amos del mundo” en CHOMSKY y RAMONET (2008), p. 80. Añádase a ello la mediatización de la actividad idiomática a partir de las características particulares del audiovisual (ROMERO GUALDA, 1996: p. 10); como apunta José Miguel Contreras, «la televisión ha impuesto su propio lenguaje, basado en la sencillez, la claridad y la concisión», lo que ha conllevado, entre otras cosas, la disolución del argumento político (cit. en GRIJELMO, 2000: p. 162).

⁷ BROWN y YULE (2005), pp. 23-24.

⁸ ESCANDELL VIDAL (2002), p. 39. Cfr. BROWN y YULE (2005) p. 47: «Hacer análisis del discurso implica ciertamente *hacer sintaxis y semántica*, pero consiste básicamente en *hacer pragmática*».

⁹ FOUCAULT (1973), p. 36.

¹⁰ BROWN y YULE (2005), p. 96.

¹¹ ROMERO GUALDA (1996), p. 9.

¹² Según VAN DIJK (1990), p. 17: «Informe periodístico en la radio, televisión o prensa en el que se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes». Un poco antes (p. 14), justifica el enfoque multidisciplinar al definirlo como «una clase específica del discurso de los medios de comunicación de masas que sugiere posibles parecidos familiares si se relaciona [...] con otros tipos de discursos propios de la prensa, tales como los editoriales o los anuncios».

¹³ ROMERO GUALDA (1996), p. 13.

¹⁴ *Ibidem*, p. 10. A partir de este hecho, se explica o cuando menos justifica la *seccionalización* de los medios informativos, en particular de los periódicos (p. 20).

¹⁵ *Ibidem*, p. 16. Según VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 31, se contamina de lo literario, administrativo y vulgar. En este aspecto, el lenguaje periodístico se asimila al político, el cual también presenta una heterogeneidad de fuentes, como apunta FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), p. 58.

¹⁶ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 32. También en las mesas redondas de GARCÍA DOMÍNGUEZ y GÓMEZ FONT (1990), p. 211, se constata en los medios «todo un lenguaje bélico que contribuye al estrés colectivo».

¹⁷ En la práctica, ello se traduce en la divulgación unánime y la consolidación de los mismos neologismos, eufemismos y atentados contra la palabra, de acuerdo con Seco (GARRIDO MEDINA, 2008: p. 345).

¹⁸ De acuerdo con Francisco Ayala, cit. en *ibidem*.

¹⁹ LÁZARO CARRETER (2003), p. 52.

²⁰ HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN, A. “La comunicación ciberperiodística y la lengua española” en VILCHES VIVANCOS (2008), p. 177. Apunta a este respecto ESCANDELL VIDAL (2002), p. 129: «El lenguaje *puede* ser un instrumento de comunicación, pero es *el* instrumento –es decir, no es el único medio– necesario e imprescindible de que se sirve la comunicación humana. [...] El lenguaje no [es] *necesariamente* un medio de comunicación».

²¹ PONZIO, A. *Lingüística y sociedad*. Cit. en GRIJELMO (2000), p. 318.

²² Es lo que Denis Slakta denomina *ideología espontánea* (GRIJELMO, 2000: p. 318).

²³ Como explica VAN DIJK (1990), p. 49, el estilo es «una dimensión que atraviesa diferentes niveles [...], el resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones opcionales de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado (o denotar el mismo referente)». En su caracterización, se encuentra implícita la suposición de que algo no varía; «mientras que las estructuras superficiales pueden variar, el significado subyacente o referencia debe mantenerse constante» (p. 110).

²⁴ BROWN y YULE (2005), p. 181. Cfr. HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN, *op. cit.* (2008), p. 177: «Las diferencias entre los formatos [...] influyen en gran medida en la configuración lingüística del mensaje y en su interpretación por parte del lector». GARRIDO MEDINA (2008), p. 180, aconseja «aprovechar cada formato para el tipo de comunicación en que nos sea más útil y enriquecedor».

²⁵ GARRIDO MEDINA (2008), pp. 186-187.

²⁶ FUENTES RODRÍGUEZ (1999), pp. 13 y 29.

²⁷ ALBADALEJO, T. “Creación neológica y retórica en la comunicación digital” en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2007), p. 81.

²⁸ CANTAVELLA y SERRANO (2004), p. 127.

²⁹ ALBADALEJO, *op. cit.* (2007), p. 81.

³⁰ HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN, *op. cit.* (2008), 177.

PUNTO 1.1

³¹ HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN, *op. cit.* (2008), 177.

³² GRIJELMO (2006), p. 166.

³³ ESCARPANTER, J. *El arte de hablar en público*, p. 15. Cit. en MARTÍNEZ LÓPEZ, F. “El lenguaje al servicio de la oratoria” en VILCHES VIVANCOS (2000) p. 110.

³⁴ TOVAR, A. “Introducción” a ARISTÓTELES. *Retórica*, IEP, p. V. Madrid, 1953. Cit. en CAZORLA (1985), p. 130.

³⁵ GARCÍA DOMÍNGUEZ y GÓMEZ FONT (1990), p. 201.

³⁶ GRIJELMO (1998), p. 207.

³⁷ GRIJELMO (2006), p. 31. DE MIGUEL (1994), p. 16, llama a esta cualidad *cosificación del lenguaje*, es decir, «el lenguaje hace la cosa».

³⁸ Es lo que Heine y Kuteva califican como *inteligencia maquiavélica* (VV. AA. *Claves para el lenguaje humano*, UNED-Ed. Universitaria Ramón Areces. Madrid, 2014).

³⁹ Hasta aquí, conforme a la obra citada en §39.

⁴⁰ MARTÍNEZ RODRIGO (2005).

⁴¹ GARRIDO MEDINA (2008), p. 128.

⁴² DE MIGUEL (1994), p. 14.

⁴³ ROMERO GUALDA (1996), p. 11.

⁴⁴ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 123.

⁴⁵ ROMERO GUALDA (1996), p. 11. Cfr. CATTANI (2003), p. 117: «Vale más una palabra vistosa que un razonamiento». Como sentenciara Gorgias, «la palabra hechiza» (cit. en *ibidem*, p. 147). En los medios, estos términos sirven para posicionar a las audiencias a favor o en contra de un determinado acontecimiento, como señala SOLER, *op. cit. in fine*. Vid. tb. VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 33.

⁴⁶ GRIJELMO (1998), pp. 203 y 207.

⁴⁷ GRIJELMO (2000), pp. 96 y 123.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 201.

⁴⁹ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 124. También lo dice el *Libro del Tao*: «El nombre es el origen de todas las cosas particulares».

⁵⁰ «Una de las formas de representación de la propia sociedad es la representación lingüística, la representación en la comunicación, la cual lleva a la sociedad a ver plasmada su propia conciencia en el lenguaje» (ALBADALEJO, *op. cit.* (2007), pp. 83-84).

⁵¹ De acuerdo con Pablo Iglesias, «la televisión es la que configura la manera en la que la gente piensa y la manera en la que la gente pone nombres a las cosas» (MEJIDE, R. (pres.). *Viajando con Chester*, 3x02: “Querer es poder”, La Fábrica de la Tele (prod.) y Cuatro (distr.). España, 28/09/2014). De manera general, «los vocablos no sólo transmiten información. También la juzgan por el camino, con el mero hecho de nombrarla de una manera concreta» (GRIJELMO, 2000: p. 208). Como dijo Nietzsche, «toda palabra es un prejuicio».

PUNTO 1.2

⁵² GRIJELMO (2000), pp. 110-ss. Eloy Fdez. Porta la define como «discursos idealistas para vender cosas» en FERNÁNDEZ PORTA, E. (2012): *€0\$: La superproducción de los afectos* (2ª col., 1ª ed.), Anagrama, p. 248. Barcelona. ISBN: 9788433976819.

⁵³ MARTÍNEZ RODRIGO (2005).

⁵⁴ BEIGBEDER, F. *13,99 euros* (1ª ed.), Anagrama, p. 30. París (Francia), 2000. ISBN: 84-959-7111-9. El autor aporta también ejemplos de neologismos, anglicismos (*A. D.* por *director artístico*) y lenguaje figurado (*anzuelo* o *título por eslogan*) como técnicas propias del lenguaje del mundo publicitario (p. 45).

⁵⁵ FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p.18.

⁵⁶ GRIJELMO (2000), p. 51.

⁵⁷ A menudo, con una finalidad maliciosa o engañosa, como observa CATTANI (2003), p. 154.

⁵⁸ LAKOFF (2007), pp. 79-80.

⁵⁹ «Se fabricaron montones de atrocidades supuestamente cometidas por los alemanes [...] que todavía se pueden leer en los libros de Historia, buena parte de lo cual fue inventado por el Ministerio británico de propaganda [...]. Después de la guerra se utilizaron las mismas técnicas para avivar lo que se conocía como *miedo rojo*» (CHOMSKY, N. “El control de los medios de comunicación” en CHOMSKY y RAMONET, 2008: pp. 8-9). Según el autor, la lógica subyacente a lo que denomina *fabricación del consenso* es la existencia de una «clase especializada de hombres responsables» lo bastante inteligentes para comprender los ‘intereses comunes’ y resolver los problemas que de ellos se derivan *domesticando al rebaño desconcertado* (pp. 10-ss).

⁶⁰ *Ibidem*, pp. 17-ss. y 52. Añade RAMONET más adelante (p. 80): «Ahora, un hecho es verdad no porque corresponda a criterios objetivos, rigurosos y verificados en sus fuentes, sino sencillamente porque otros medios de comunicación repiten las mismas afirmaciones y *confirman*».

PUNTO 1.3

⁶¹ CHOMSKY, *op. cit.* (2008), p. 15.

⁶² MELLIZO, *op. cit.* (1990), p. 140.

⁶³ Luis Alberto de Cuenca en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 129.

⁶⁴ Mäder en MELLIZO, *op. cit.* (1990), 137.

⁶⁵ ÁLVAREZ, C. L. “Lenguaje de los políticos y medios de comunicación” en GARCÍA DOMÍNGUEZ y GÓMEZ FONT (1990), p. 97.

⁶⁶ FAYE, J. P. *Los lenguajes totalitarios*, Taurus. Madrid, 1974. Cit. en GRIJELMO (2000), p. 138. Tb. MELLIZO, *op. cit.* (1990), p. 139.

⁶⁷ MELLIZO, *op. cit.* (1990), pp. 140-ss.

⁶⁸ GRIJELMO (2000), pp. 139-ss. Estas *contradictio in terminis* (GRIJELMO, 1997: p. 479) se basan en el poder de las antítesis, que aún subyace a expresiones como *crecimiento negativo* (sin embargo, nunca se dice *decrecimiento positivo*). Como observa MARS (2012), esta clase de eufemismos son especialmente frecuentes ante la mala marcha de la economía.

⁶⁹ GRIJELMO (2000), pp. 149-ss. Añade el autor que lo mismo ocurre con los sentidos alternativos de las palabras ambiguas, puesto que «nunca se recoge completamente el agua derramada».

⁷⁰ DE MIGUEL (1994), p. 110. Se trata del *efecto sinérgico* de las combinaciones de palabras: cuando se juntan, se obtiene un resultado que desborda la suma de los significados (*ibidem*, p. 134).

⁷¹ GRIJELMO (2000), p. 141.

⁷² GRIJELMO (2000), p. 194.

⁷³ CATTANI (2003), p. 156. *Cfr.* MARS (2012): «Puedes decir *medida de aborro* o *de recorte* para referirte a una misma decisión, y la sensación que generas es diferente: *aborro* hace pensar en algo bueno y prudente y *recorte*, en la pérdida de derechos» (Fernando Esteve). Vid. tb. LECHADO GARCÍA, J. M. *Diccionario de eufemismos y de expresiones eufemísticas del español actual*, Verbum. España, 2000. ISBN: 978-84-7962-165-0.

⁷⁴ BAUDRILLARD (2007), p. 17.

⁷⁵ *Vid.* “Creador de titulares de la derecha mediática” de Mike Ramos (https://pbs.twimg.com/media/B_ujYKQWYAAliW4.jpg).

PUNTO 2.1

⁷⁶ ECHART y CID (2007), p. 32.

⁷⁷ URIARTE (2010), p. 192.

⁷⁸ TAIBO y FLORES (2015), pp. II y IV.

⁷⁹ FOUCAULT (1992), p. 107.

⁸⁰ FOUCAULT (1973), p. 15.

⁸¹ CAZORLA (1985), p. 38.

⁸² FOUCAULT (1992), p. 107.

⁸³ *Ibidem*, p. 170.

⁸⁴ Charniak en BROWN y YULE (2005), p. 294.

⁸⁵ REYES (2003), p. 20.

⁸⁶ PORTOLÉS (1998), p. 25.

⁸⁷ GARRIDO MEDINA (2008), p. 41. En cierta medida, los marcos cumplen con el principio de exhaustividad: se informa del interlocutor de «lo que nosotros creemos que necesita saber» (FUENTES RODRÍGUEZ, 1999: pp. 8-9).

⁸⁸ GARRIDO MEDINA (2008), p. 22.

⁸⁹ GRIJELMO (2000), pp. 21 y 198.

⁹⁰ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 23. «El tamaño de las palabras engaña a primera vista» (GARRIDO MEDINA, 2008: p. 25), por lo que se torna difícil –si no imposible– medir el poder que oculta una palabra (GRIJELMO, 2000: p. 13).

⁹¹ José Antonio Marina en GRIJELMO (2000), p. 229.

⁹² GARRIDO MEDINA (2008), p. 35.

⁹³ GALÁN RODRÍGUEZ, C. “*Imago mundi*: las lenguas imaginarias de la ciencia ficción” en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 59.

⁹⁴ MELLIZO, *op. cit.* (1990), pp. 136-137.

⁹⁵ *Ibidem*, p. 143.

⁹⁶ Antón Costas en MARS (2012).

⁹⁷ Siempre atento a la *vox populi*, recuerda PÉREZ-REVERTE (2014): «Antes de que abran la boca ya sabes [...] lo que van a decir»

⁹⁸ LÁZARO MORA, F. “Inestabilidad del género en español” en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 109.

⁹⁹ «La retórica le es inherente al lenguaje mismo» (CAZORLA, 1985: p. 82). «La mayor parte de las veces que se pone la lengua en funcionamiento se está argumentando» (ARCE CASTILLO, 2006: p. 51).

¹⁰⁰ FOUCAULT (1973), p. 53.

¹⁰¹ GRIJELMO (2000), pp. 16-17 y 77. *Vid.* tb. DE MIGUEL (1994), p. 13: «Un mismo vocablo contiene significados distintos cada vez que se enuncia».

¹⁰² GRIJELMO (2000), p. 13.

¹⁰³ *Ibidem*, Contraportada.

¹⁰⁴ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), pp. 13-14. Observa, no obstante, la autora una «desideologización del léxico político», en el sentido de que ya no cabe identificar tajantemente un determinado léxico con un partido político concreto (p. 18).

¹⁰⁵ ALBADALEJO, T. “Imaginar la realidad, imaginar las palabras: *anacronópete / time machine*” en VILCHES VIVANCOS (2008), pp. 29-ss.

¹⁰⁶ LAKKOF (2007), p. 1.

¹⁰⁷ *Ibidem*, pp. 2, 21 y 28.

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 41.

¹⁰⁹ *Ibidem*, p. 16.

¹¹⁰ *Ibidem*, pp. 3 y 7.

¹¹¹ GRIJELMO (2000), p. 159.

¹¹² FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), pp. 62-63. Con frecuencia, estos términos se convierten en palabras-símbolo, clave o eslogan, con efectos más conmovedores o seductores que convincentes (*id.*, 1999-II, pp. 22-23).

¹¹³ GRIJELMO (1998), p. 217. El término es usado por TIRADO RUIZ (2003) y DE MIGUEL (1994).

¹¹⁴ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), pp. 8 y 13-ss.

PUNTO 2.2

¹¹⁵ GARRIDO MEDINA (2008), pp. 18-19.

¹¹⁶ VAN DIJK (1990), p. 114.

¹¹⁷ GRIJELMO (2000), p. 204. Un ejemplo: «*liberalizar* remite a *liberals*», que connota la idea de libertad, mientras que «*privatizar* remite a la noción de propiedad y se relaciona formalmente con *privado*, en tanto que lo privado se opone a lo público, a lo común o de todos [...], valores netamente positivos en política», por lo que un político que defienda la privatización de los servicios públicos acudirá siempre al primero o a expresiones de connotación similar (FERNÁNDEZ LAGUNILLA, 1999-II: p. 42).

¹¹⁸ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), p. 58.

¹¹⁹ *Ibidem*.

¹²⁰ MELLIZO, *op. cit.* (1990), p. 137.

¹²¹ TAIBO y FLORES (2015), p. III.

¹²² GARRIDO MEDINA (2008), p. 27, y FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), p. 43. *Cfr.* VAN DIJK (1990), p. 122: «Las mitigaciones, especialmente usadas al describir actos negativos de importantes actores de la noticia, son un procedimiento normal, utilizado también para evitar cargos de difamación. El término estereotípico *controvertido* [es un] ejemplo». Además de mediante el eufemismo, la atenuación puede producirse por el uso de condicionales o futuros, perífrasis o negaciones, encarecedores, cuantificadores, comparativos, formas impersonales e indefinidos (*uno, cierto*, plural mayestático...) y hasta peyorativos (*mero*, por ejemplo).

¹²³ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 128

¹²⁴ *Ex* GRIJELMO en todas las obras referenciadas.

¹²⁵ DE MIGUEL (1994), p. 33.

¹²⁶ ÉVOLE, J. (pres.). *Sabados*, 10x02: “¿Qué pasa después de la cárcel?”, El Terrat (prod.) y La Sexta (distr.). España, 09/02/2014.

¹²⁷ PÉREZ LEDO, J. Á. “No me llames imputado, llámame Lola” [artículo] en *Mi mesa cojea*. España, 14/03/2015. Disponible en <http://mimesacojea.com/2015/03/no-me-llames-imputado-llamame-lola>.

¹²⁸ MARS (2012).

¹²⁹ GRIJELMO (1997), p. 475. Ya lo decía Aristófanes en *Los jinetes*: «Es muy sencillo: sólo hay que hacer lo de siempre. Confundirlo todo, como si se preparase un picadillo, y hacérselo tragar a la gente a la fuerza, igual que se introduce la masa en la tripa de embutir. Luego se añade un poco de dulce, que es la palabrería de la cocina, y así se hace la mezcla más grata al paladar».

¹³⁰ MEJIDE, *op. cit.*, 1x06: “¿Sí se puede?”. 06/04/2014.

¹³¹ MINCHINELA, R. *Reflexiones de Repronto [webserie]*, S05E09/#057: “Neolengua”. España, 15/02/2014. Disponible en <http://minchinela.com/repronto/2014/02/15/capitulo-57-neolengua>. Según otro corte, emitido en TVE en enero de 2012, Arturo Fernández, vicepresidente de la CEOE, también dijo: «Los empresarios no hablamos de despido. Los empresarios hablamos de contratación [...] Me parece una frase que hay que extinguir».

¹³² BAUDRILLARD (2007), p. 16.

¹³³ SÁNCHEZ LOBATO, J. “Procedimientos de creación léxica en el español actual” en VILCHES VIVANCOS (2008), p. 251. Dos ejemplos actuales podrían ser *nimis* y *perroflautas*, extendidos incluso a los medios de comunicación.

¹³⁴ Ejemplo citado en DE MIGUEL (1994), p. 148. Dos casos muy interesantes de disfemismo que se han convertido ya en clásicos de la retórica política son *Mire usted* y *este señor*. Deben asimismo diferenciarse tres categorías sobre las que poco se ha escrito hasta la fecha:

- El *retrofemismo* o eufemismo convertido en disfemístico con el tiempo (*clase política*).
- El *pseudofemismo* o disfemismo con apariencia de eufemismo (*puerta giratoria*). También puede ser un eufemismo con apariencia de disfemismo (*banco malo*).
- El *bifemismo*, que actúa como eufemismo o disfemismo según quién lo emplee (*progresista*).

¹³⁵ ALCOBA RUEDA, S. “Autorización y uso del neologismo” en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2007), p. 24.

¹³⁶ Según Lázaro Carreter, cit. en SÁNCHEZ LOBATO, J. “Problemas de morfología: el número en los extranjerismos” en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2007), p. 91. Coincide GALÁN RODRÍGUEZ, *op. cit.* (2004), p. 59: «La aparición de nuevas realidades exige con frecuencia la invención de nuevos nombres».

¹³⁷ CAZORLA (1985), p. 101.

¹³⁸ MARS (2012), con cita de Álex Grijelmo. En palabras de Veselovski, «la nueva forma no aparece para expresar un contenido nuevo, sino para reemplazar la antigua forma, que ha perdido ya su carácter estético».

¹³⁹ GRIJELMO (1998), p. 40.

¹⁴⁰ HERNANDO CUADRADO, L. A. “Los elementos constitutivos del léxico español. A propósito de e-mail y correo electrónico” en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2007), p. 134, citando a Álex Grijelmo.

¹⁴¹ DE MIGUEL (1994), p. 157.

¹⁴² GRIJELMO (1998), p. 166.

PUNTO 2.3

¹⁴³ DE MIGUEL (1994), p. 119, llama a esta práctica *sesquipedalismo* o *polisilabismo*.

¹⁴⁴ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), p. 177.

¹⁴⁵ ORTEGA Y GASSET, J. “Vejamen del orador” en *Obras completas*, vol. I (1902-1916), Revista de Occidente, p. 556. Madrid, 1946. Cit. en CAZORLA (1985), p. 131.

¹⁴⁶ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), p. 61.

¹⁴⁷ GRIJELMO (2000), p. 172.

¹⁴⁸ *Ibidem*, pp. 169-ss.

¹⁴⁹ *Ibidem*, pp. 126 y 173.

¹⁵⁰ Nótese también el uso del verbo *obligado*.

¹⁵¹ El término *componderación* no aparece en la base de datos de la RAE, incluidos sus corpus.

¹⁵² Transcripción obtenida de http://www.huffingtonpost.es/2013/03/09/indemnizacion-en-diferido_n_2843678.html. Estos dislates no son inhabituales en la praxis política, dado el requisito de improvisación al que a menudo han de someterse los oradores públicos. Mariano Rajoy, actual presidente del Gobierno, también dijo en febrero de 2013: «Todo lo que se refiere a mí y a mis compañeros de partido no es cierto, salvo alguna cosa, que es lo que han publicado algunos medios». Esta clase de contradicciones lógicas son más comunes de lo que se piensa, como demuestra GARCÍA, K. “Las frases de nuestros políticos según la lógica proposicional” en *Verne (El País)*. España, 13/05/2015. Disponible en http://verne.elpais.com/verne/2015/05/13/articulo/1431511831_312713.html.

¹⁵³ GRIJELMO (2000), pp. 154 y 180.

¹⁵⁴ ARCE CASTILLO (2006), pp. 122-ss.

¹⁵⁵ GRIJELMO (2000), p. 176. En GRIJELMO (1997), p. 480, no obstante, observa el autor que se *reajusta* el precio cuando sube y no cuando baja.

¹⁵⁶ GRIJELMO (2000), p. 154.

¹⁵⁷ DE MIGUEL (1994), p. 33. En general, el abuso de los tecnicismos es una característica del lenguaje político. Por medio de palabras extrañas e incomprensibles, acomplejan al oyente y alimentan con su sonoridad el misterio de su significado (GRIJELMO, 2000: p. 129, y DE MIGUEL, 1994: p. 82). Bromeaba sobre ello La Trinca en una canción: «Súmale el gravamen del pasivo del sobrante / Y a la base imponible de la parte contratante / La prorrata transitoria a simular / Deducida de la cuota del valor a amortizar. / Quítale el montante del volumen soportable / Y repercute en el activo del valor incrementado / [...] / Bienes y servicios con activos y pasivos / De la cuota tributaria más el plus de inflación / [...] / Parte el coeficiente por el tipo impositivo / De la tasa que se aplica sobre cada operación» (*EL IVA (becho fácil)*).

¹⁵⁸ GRIJELMO (2000), p. 185.

¹⁵⁹ MAIRAL USÓN, R. et ál. *Teoría lingüística: métodos, herramientas y paradigmas* (1ª ed.), UNED-Ed. Universitaria Ramón Areces. Madrid, 2010. ISBN: 978-84-800-4937-5.

¹⁶⁰ MARS (2012).

¹⁶¹ GRIJELMO (2000), p. 79. Apunta DE MIGUEL (1994), pp. 21-22, que «la palabra en política es más mensaje de [emociones] que auténtico vehículo de ideas o de conceptos. [...] Lo importante en los razonamientos políticos no es la verdad, sino la verosimilitud».

¹⁶² GRIJELMO (2000), p. 199.

¹⁶³ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), p. 32. Mediante el *yo*, «el enunciador político se reafirma asegurando su presencia en el comunicado y [...] revaloriza su propio discurso» (*ib.*, p. 40). Ello no es posible, en cambio, en el periodismo, donde la presencia del intermediario cuestiona de forma grave su credibilidad cuando el espectador siente que toma partido en la información, la califica o propone una versión sesgada, no neutral (SOLER, *op. cit.*).

PUNTO 2.4

¹⁶⁴ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), p. 33 y (1999-II), pp. 14-ss.

¹⁶⁵ En cierto modo, se asimila a la diferencia entre *pedir algo* y *encargarlo*, que también contempla GRIJELMO (2000), p. 211. En GRIJELMO (1998), p. 206, da asimismo cuenta de la naturaleza indirecta de expresiones como *hay que*, cuyo significado real suele ser *tienes que*. De acuerdo con la teoría de los actos del habla, en tales expresiones difieren la fuerza *locutiva* (lo expresado) e *ilocutiva* (la intención perseguida), con distintas consecuencias *perlocutivas*. Estos tres conceptos, respectivamente referidos al significado, la fuerza y los efectos del *dictum*, se corresponden con los valores del signo lingüístico según Klaus (*designativo, apresivo o valorativo y prescriptivo o agitativo*) y con las funciones del lenguaje según Jakobson (*referencial, emotiva y conativa*) y Bühler (*representativa, expresiva y apelativa*).

¹⁶⁶ Considérese también a este respecto la diferencia evocadora de un Ministerio de Empleo como el del PP, en que se *emplea* a las personas, se les da un trabajo (paradigma neoliberal-capitalista), y un Ministerio de Trabajo como el del PSOE, en el que son las personas quienes trabajan (paradigma marxista-socialista).

¹⁶⁷ Se trata de un ejemplo real de una joven detenida y torturada por los Mossos d'Esquadra tras el 4F de 2006. Recientemente, fue denunciado en el documental *Ciutat Morta* de Xavier Artigas y Xapo Ortega.

PUNTO 2.5

¹⁶⁸ DE MIGUEL (1994), p. 38. Destaca el mismo autor que, en todo caso, «la ambigüedad es también una forma de comunicación» (pp. 123-124).

¹⁶⁹ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), p. 37. «Los conceptos sociales y políticos son necesariamente vagos. La pretensión de hacer muy preciso el vocabulario de la política puede volverlo inservible. Pero tampoco se sirve a la verdad abusando de la vaguedad del lenguaje» (BERLIN, I. *Dos conceptos de libertad*, Alianza, p. 96. Madrid, ISBN: 978-84-2067-281-6).

¹⁷⁰ GRIJELMO (2000), p. 167.

¹⁷¹ DE MIGUEL (1994), p. 22. Como puntualiza acertadamente CATTANI (2003), p. 91, «do que tiene que salvar no es su coherencia, sino su posición». SOLER, *op. cit.*, nota también que, a diferencia de otros países, en España «la percepción social sobre la sinceridad de los líderes políticos es muy diferente [...]; de algún modo, se tiene asumido que el ejercicio de la política lleva asociado un nivel de incumplimiento entre lo que se afirma que se va a hacer y lo que realmente se hace».

¹⁷² GARCÍA DOMÍNGUEZ y GÓMEZ FONT (1990), p. 211.

¹⁷³ CATTANI (2003), p. 193.

¹⁷⁴ Obsérvese a este respecto la importante diferencia entre las leyes españolas, de nombres altamente técnicos, y las estadounidenses, con nombres evocadores como Ley de Cielos Limpios, Ley de Bosques Sanos o Ley “Que ningún niño se quede atrás”, los cuales, según LAKOFF (2007), p. 20, constituyen un «lenguaje orwelliano, que significa lo contrario de lo que dice».

¹⁷⁵ Cfr. BECCARIA, C. (2006): *De los delitos y de las penas* (1ª ed., 1ª reimp.), Fondo de Cultura Económico, p. 231. México. ISBN: 968-1660-63-3: «Sólo la tiranía y la ignorancia, que confunden los vocablos y las ideas más claras, pueden dar este nombre [delito de lesa majestad], y por consecuencia la pena mayor, a delitos de diferente naturaleza, y hacer así a los hombres, como en otras infinitas ocasiones, víctimas de una palabra». HIMANEN (2001) también cita la anécdota de un *hacker* que, en cumplimiento de la ley estadounidense, en la que ciertos métodos de alta encriptación están clasificados como munición, se tatuó debajo de uno de estos códigos: «AVISO LEGAL: ESTE HOMBRE ESTÁ CLASIFICADO COMO MUNICIÓN. LA LEY FEDERAL PROHÍBE TRANSFERIR ESTE HOMBRE A EXTRANJEROS».

¹⁷⁶ DE MIGUEL (1994), pp. 23 y 26. Vid. LÓPEZ FACAL, J. *La presunta autoridad de los diccionarios*, CIS. Madrid, 2010. ISBN: 978-84-0009-228-3

¹⁷⁷ MINCHINELA, R. “Mala letra en el Diccionario Biográfico” [artículo] en *El Diario*. España, 13/03/2014. Recientemente, la nueva directora de la Real Academia de Historia, Carmen Iglesias, prometió enmendar la definición en la versión *online* ([A. DESC.] “Franco será definido como dictador en la Real Academia de la Historia” [noticia] en *La Vanguardia*. Barcelona, 07/04/2015).

¹⁷⁸ Lewis en MELLIZO, *op. cit.* (1990), p. 138.

¹⁷⁹ La traducción de los nombres propios es una técnica habitual en conservadores españoles para atacar al extraño al *convertirlo en español*. Iñaki Anasagasti y Josep-Lluís Carod-Rovira, por ejemplo, durante mucho años aparecieron en algunos medios con sus respectivos nombres de pila traducidos al castellano (MEJIDE, *op. cit.*, 1x04: “Exiliados” [16/03/2014] y 3x06: “Barras y estrellas” [26/10/2014]). La misma consideración es aplicable a los topónimos, para los cuales GARRIDO MEDINA (2008), p. 333, demanda más «cortesía lingüística» que «corrección política».

¹⁸⁰ En la fecha de entrega de este trabajo, la tercera definición de *pederastia* es ‘Práctica del coito anal’ y la primera de *bisexual*, ‘hermafrodita’, por añadir dos ejemplos claramente ofensivos.

PUNTO 2.6

¹⁸¹ GALÁN RODRÍGUEZ, C. “Imaginando el futuro: folías lingüísticas y alienígenas fieramente humanos” en VILCHES VIVANCOS (2008), pp. 89-90. Cabe señalar la existencia también de la antítesis de la neolengua orwelliana, la lengua artificial minimalista *toki pona*, diseñada por Sonja Elen Kisa en 2001.

¹⁸² TAIBO y FLORES (2015), p. III.

¹⁸³ DE MIGUEL (1994), p. 33, y GRIJELMO (2000), p. 204.

¹⁸⁴ DE MIGUEL (1994), p. 39.

¹⁸⁵ TAIBO y FLORES (2015), pp. I y IV-V. Se trata de la neolengua que llama «*pacificación* al bombardeo de pueblos indefensos; *transferencia de población* o *rectificación de fronteras*, a la expulsión de campesinos o a la expropiación de granjas, y *eliminación de elementos no fiables* a meter en la cárcel a alguien o incluso a darle un tiro en la nuca» (AGUILAR MONTERO, 2014).

¹⁸⁶ MINCHINELA, *Reflexiones de Repronto*, *op. cit.*

PUNTO 3.1

¹⁸⁷ SAMPEDRO BLANCO, SÁNCHEZ DUARTE et ál. (2007).

¹⁸⁸ LAKOFF (2007), pp. 41, 87 y 92.

¹⁸⁹ GRIJELMO (2000), pp. 251-255. «Nos hemos acostumbrado a una politización desmesurada de los medios públicos y a una desproporcionada relevancia de las noticias políticas [...]. Se ha generado así una curiosa interacción entre la práctica del periodismo y el ejercicio de la política» (SOLER, *op. cit.*). «Con su apoyo o simplemente desequilibrada cobertura a los candidatos, termina[n] definiendo los apoyos electorales» (SERRANO, 2010: p. 32). ÉVOLE, *op. cit.*, se pregunta «¿No han delegado algunos políticos esa

representación a veces en periodistas a los que vemos en tertulias defendiendo las tesis de un partido político concreto?».

¹⁹⁰ GRIJELMO (2000), pp. 256-257.

¹⁹¹ PINILLA GÓMEZ, R. “Imaginación y lenguaje juvenil: claves para el éxito de la competencia neológica” en VILCHES VIVANCOS (2008), p. 221.

¹⁹² SERRANO (2010), pp. 8 y 28-29.

¹⁹³ Salvo, al parecer, la cadena de televisión Telecinco, según un reciente comunicado (*vid.* [A. DESC] “Cintora, fulminado de ‘Las mañanas de Cuatro’ por presiones del Gobierno” [noticia] en *El Plural*. España, 27/03/2015. Disponible en <http://www.elplural.com/2015/03/27/cintora-fulminado-de-las-mananas-de-cuatro-por-presiones-del-gobierno>).

¹⁹⁴ En los últimos años, trabajadores de TVE y cadenas autonómicas (Telemadrid, Canal 9, TV3...) se han manifestado bajo el lema «Queremos informar y no manipular». Recientemente, el diario *Financial Times* acusó de «sesgo político» a la cadena estatal, cuyo presidente del Consejo de Informativos, Alejandro Caballero, denunció ante Bruselas «manipulación progubernamental». Asimismo, el manifiesto “Manipulación, no en nuestro nombre” fue firmado por casi 800 trabajadores de la cadena. Más información en SOLER, *op. cit.*

¹⁹⁵ MELLIZO, *op. cit.* (1990), p. 136.

¹⁹⁶ SÁNCHEZ DUARTE (2013).

¹⁹⁷ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), pp. 15 y 18. Es la misma lógica en la que se basan los eufemismos: «las cosas existen en tanto que se las nombra» (MARS, 2012.)

¹⁹⁸ «El discurso de la neutralidad se utiliza inteligentemente desde los medios de comunicación neoliberales. Basta con observar los nombres con los que gustan denominarse en sus cabeceras: *El Imparcial, Informaciones, ABC, La Nación, El Mundo, El País, La Razón*. Todos son asépticos y neutrales, como desean que creamos que son sus contenidos. Su celo por aparentar ausencia de ideología les lleva incluso a prohibir a sus periodistas que tengan ideas hasta fuera de la redacción, en su vida privada» (CANTAVELLA y SERRANO, 2004: p. 99). *Cfr.* TERÁN, B. “TVE regula el uso de Twitter por parte de su plantilla: lo que supone esta decisión” [noticia] en *La Información*. España, 27/03/2015. Disponible en <http://blogs.lainformacion.com/telediaria/2015/03/27/tve-regula-el-uso-de-twitter-por-sus-empleados-para-un-mayor-control-editorial>.

¹⁹⁹ CANTAVELLA y SERRANO (2004), p. 98.

²⁰⁰ También Kapuściński reivindicaba las «palabras que no van vestidas de uniforme de gala» (cit. en SERRANO, 2010: p. 97).

²⁰¹ DE MIGUEL (1994), p. 29.

²⁰² VAN DIJK (1990), p. 126. CATTANI (2003), pp. 94-ss. propone cinco estrategias para hacer una tesis inatacable:

1. Convertir los desmentidos en confirmaciones (*falacia de inconfutabilidad*).
2. Hacer verdad por definición.
3. Proponer dilemas (*argumento cornuto*).
4. Declarar la autoevidencia.
5. Sofocar la cuestión en cuanto se plantea o rechazarla sin discutir.

²⁰³ VAN DIJK (1990), p. 22.

²⁰⁴ SÁNCHEZ DUARTE (2009).

²⁰⁵ VAN DIJK (1990), pp. 23 y 124.

²⁰⁶ *Ibidem*, p. 29.

²⁰⁷ LÁZARO CARRETER, F. “El idioma del periodismo, ¿lengua especial?” en GARCÍA DOMÍNGUEZ y GÓMEZ FONT (1990), p. 44.

²⁰⁸ GRIJELMO (1997), p. 52.

²⁰⁹ ROMERO GUALDA (1996), p. 11.

²¹⁰ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 25.

²¹¹ ROMERO GUALDA (1996), p. 12.

PUNTO 3.2

²¹² SOLER, *op. cit.*

²¹³ ARIAS THOUS (2014).

²¹⁴ DÍAZ ARIAS (2006).

²¹⁵ ROMERO GUALDA (1996), p. 12.

²¹⁶ *Ibidem*, pp. 15-16.

²¹⁷ CANTAVELLA y SERRANO (2004), p. 120.

²¹⁸ FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p. 26, y VAN DIJK (1990), p. 114.

²¹⁹ TÚÑEZ (1999), pp. 111-ss.

²²⁰ Gutiérrez Ordóñez en FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p. 8.

²²¹ FUENTES RODRÍGUEZ (1999), pp. 9-ss.

²²² Esta jerarquización de la información guarda relación con las nociones de *adecuación pragmática* (o *comunicativa*) y *psicológica* de VAN DIJK y de *adecuación discursiva*.

²²³ PORTOLÉS (1998), p. 29, y BROWN y YULE (2005), p. 199. Según PORTOLÉS (1998), pp. 30-ss., «los hablantes no pretenden construir discursos coherentes, sino realizar discursos pertinentes, esto es, discursos que permitan al interlocutor obtener las inferencias que se desean comunicar. [...] Cuando hablamos o escribimos, intentamos comunicar algo que consideramos pertinente, esto es, pretendemos que nuestro interlocutor no sólo descodifique lo que decimos, sino que lo enriquezca contextualmente de un modo determinado».

²²⁴ ARCE CASTILLO (2006), p. 147. «El significado de nuestras palabras depende en gran medida del orden» (CATTANI, 2003: 195). «Para interpretar de *qué* habla un hablante, tenemos que basarnos igualmente en *cómo* estructura lo que dice» (BROWN y YULE, 2005: pp. 125-126).

²²⁵ Párrafo completo según FUENTES RODRÍGUEZ (1999), pp. 38-ss. La autora también menciona como recurso la transformación de un inciso especificativo en explicativo, pues de ese modo lo desconocido se está dando por conocido y simplemente se le ‘recuerda’ al receptor (p. 59).

²²⁶ *Ibidem*, p. 11. Las reformulaciones son especialmente interesantes, pues vienen a cubrir la distancia entre lo que se quiere contar y lo expresado (PORTOLÉS, 1998: p. 109). El hablante controla su propio discurso, por lo que reformula para añadir lo que considera necesario para que sean extraídas las inferencias correctas (FUENTES RODRÍGUEZ, 1999: pp. 47-ss.). Además, cuando algo se vuelve a formular, la atención recae sobre ello, puesto que, si el hablante cree preciso aclarar, es que considera importante el dato (*ib.* y p. 59).

²²⁷ URRUTIA CÁRDENAS, H. “Esquemas sintácticos en titulares periodísticos” en VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2007), p. 49.

²²⁸ BROWN y YULE (2005), p. 174.

²²⁹ GRIJELMO (2012), p. 420, pone el siguiente ejemplo real: “Madrid debe a sus proveedores la mitad que Andalucía y Cataluña” (*ABC*, 18/04/2012). La conclusión inferida es que el Partido Popular, que gobierna en la Comunidad de Madrid, gestiona mejor sus pagos que los Gobiernos autonómicos de Andalucía (PSOE) y Cataluña (CiU). «Sin embargo, no se resalta que la mayor morosidad corresponde a la Comunidad Valenciana (también del PP [...]), y que su deuda es tres veces mayor que la de Madrid». Se trata, por tanto, de una sinécdoque tramposa que aprovecha el carácter paradigmático que Andalucía y Cataluña representan para ambos partidos. Una sinécdoque similar se produce cuando se identifica a los partidos nacionalistas con las poblaciones a las que representan: “Los vascos y catalanes apoyaron la propuesta del Gobierno”.

²³⁰ FOUCALT (1973), p. 61.

²³¹ VAN DIJK (1990), pp. 67 y 218.

²³² MARTÍNEZ RODRIGO (2005).

²³³ FUENTES OSORIO (2005).

²³⁴ VAN DIJK (1990), p. 31.

PUNTO 3.3

²³⁵ SOLER, *op. cit.*

²³⁶ «Aunque en teoría existe una única realidad noticiable, la información que se puede aportar sobre ella es filtrada sistemáticamente por cada periódico según su orientación política o ideológica, o incluso es obviada si no se adecua a sus propios intereses» (GARCÍA-CERVIGÓN, *op. cit.*, 2008: p. 177).

²³⁷ SAMPEDRO BLANCO (2005).

²³⁸ ESCRIBANO (2007).

²³⁹ Una transformación similar fue llevada a cabo por el diario catalán *La Vanguardia* el 17 de julio de 2014 al convertir un delito de evasión fiscal en una labor de altruismo y ejemplaridad: “Leo Messi se ha convertido en el primer contribuyente de España al abonar en un año 53 millones de euros a Hacienda”. Otro ejemplo de marco, oído en Ondacero el 07 de mayo de 2015, planteaba una tricotomía entre la «generosidad del PP», el «no saber enfocar las negociaciones» del PSOE y el «inmovilismo de Ciudadanos y Podemos». En un acuerdo que se suponía multilateral, el PP era presentado como razonable y dialogante frente a la obstinación de las nuevas formaciones y la ineptitud o torpeza del PSOE.

²⁴⁰ GRIJELMO (1997), p. 517.

²⁴¹ SERRANO (2010), p. 28.

²⁴² VAN DIJK (1990), pp. 28-29. Explica LAKOFF (2007) que durante el siglo XX se ideó en EE UU una técnica, conocida como *fórmula Mohawk Valley*, consistente en la redefinición de los conflictos laborales en términos de *nostridad* y *alteridad*, presentado por lo general las huelgas como negativas para el país (o incluso ‘antipatrióticas’) y esencialmente violentas. La labor sindical es degradada mediante expresiones sensacionalistas como *ha salpicado*, *roza peligrosamente*, *negocio realmente suculento*, *abultados ingresos*, etc. (ESTEBAN FDEZ., I. et ál. *Análisis del tratamiento de la huelga en ‘La Gaceta’*. Madrid, 13/10/2010). Con ello, se busca poner al lector en contra de los huelguistas (o manifestantes, en su caso) y *amplificar la desviación*, es decir, confirmar estereotipos predefinidos por los propios medios (VAN DIJK, 1990: p. 26).

²⁴³ En 2011, *El Mundo* hizo algo parecido al recortar la palabra en euskera *INPOSAKETARIK* de una pancarta para que sólo apareciera en la imagen *ETA* (GRIJELMO, 2012: pp. 455-456).

²⁴⁴ Vid. SÁENZ DE UGARTE, Í. “La prensa española retuerce sus titulares sobre Gaza” [artículo] en *Guerra Eterna (El Diario)*. España, 10/07/2014. Disponible en <http://www.guerraeterna.com/la-prensa-espanola-retuerce-sus-titulares-sobre-gaza>. Nótese los numerosos términos positivos o emotivos asociados a Israel (*entierra*, *adolescentes*, *muestra de unidad*, *participan...*), incluso cuando son quienes han ocasionado las muertes (*anuncia una tregua*).

PUNTO 3.4

²⁴⁵ ESCANDELL VIDAL (2002), pp. 34-35, y FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p. 8.

²⁴⁶ REYES (2003), pp. 10 y 19, y ESCANDELL VIDAL (2002), p. 80.

²⁴⁷ REYES (2003), pp. 44 y 61.

²⁴⁸ ESCANDELL VIDAL (2002), p. 111.

²⁴⁹ La distinción entre *superliminal*, *liminal* y *subliminal* puede compararse a la diferencia entre gritar, hablar y susurrar. Aunque estos términos se popularizaron a partir de una broma en GROENING, M. *Los Simpsons*, 12x14/#262: “New Kids on the Blech”. EE UU, 25/02/2001, se trata de una terminología útil usada por varios autores, como en WEBER, M. y BASILE, P. *Chromatikon III: Annuaire de la Philosophie en Procès - Yearbook of Philosophy in Process*, KUL, p. 241. Bélgica, 2007. ISBN: 97-828-7463-083-5.

²⁵⁰ FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p. 87.

²⁵¹ PORTOLÉS (1998), p. 88.

²⁵² GRIJELMO (2000), p. 37. Vid. tb. LÓPEZ, J. M^a. *Oratoria*, p. 324. Buenos aires (Argentina), 1943. Cit. en CAZORLA (1985), p. 131: «Convencer y conmovér. Lo primero va al entendimiento; lo segundo, a la voluntad».

²⁵³ GRIJELMO (2000), pp. 38-ss. Recuerda a lo que decía *el Pinciano* en su *Philosophía Antigua Poética* acerca de «dar al vocablo el sonido que les parece convenir a lo que dicen».

²⁵⁴ MELLIZO, *op. cit.* (1990), pp. 136-137, citando a Stephen Ullmann. Este recurso a lo sonoro fue utilizado por el abogado de O. J. Simpson para ganar el caso con su famosa declaración ante el tribunal: «If the glove doesn't fit, you must acquit» [*Si el guante no encaja, deben absolver*].

²⁵⁵ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), pp. 22 y 47.

²⁵⁶ CATTANI (2003), p. 98.

²⁵⁷ VAN DIJK (1990), p. 127.

²⁵⁸ DE MIGUEL (1994), p. 70. Recordando la reflexión de Alicia cuando piensa que *latitud* y *longitud* son «hermosas y solemnes palabras para ser dichas en una conversación educada», a pesar de desconocer su significado, el autor afirma que «el contenido de algunos términos es lo de menos cuando la sonoridad queda asegurada» (p. 29).

²⁵⁹ CATTANI (2003), p. 113.

²⁶⁰ *Ibidem*, p. 118. Por lo general, acusar es más fácil que defender, ya que «el defensor debe negar, defender, cambiar los términos de la controversia, justificar, conjurar, atenuar la gravedad del delito, empequeñecerlo, desviarlo, despreciar, humillar [...]. Por parte del defensor, se requieren miles de giros y artificios» (DEMÓSTENES. *De institutione oratoria*, V, 13, 2. Cit. en CATTANI, 2003: p. 142).

²⁶¹ GRIJELMO (2000), pp. 39 y 162-163.

²⁶² DE MIGUEL (1994), p. 53.

²⁶³ BROWN y YULE (2005), p. 184. DE MIGUEL (1994), p. 51, pone el siguiente ejemplo, perfectamente plausible: «Los policías *son asesinados* por los terroristas, en tanto que los terroristas *mueren de resultas de un enfrentamiento armado con las fuerzas del orden*».

²⁶⁴ De Pablos Coello en GRIJELMO (2012), p. 418.

²⁶⁵ Por supuesto, no se trata de la única posibilidad; los verbos pueden servir a múltiples propósitos. En publicidad, son frecuentes verbos positivos, como *ofrecer* o *poder*. Véase como ejemplo el siguiente titular del canal Metro de Madrid, aparecido el 1 de agosto de 2014: “Los viajeros de L8 podrán ver publicidad en los túneles entre Nuevos Ministerios y Colombia”. Mediante el uso del verbo, además en forma futura, se convirtió la enajenación de un servicio público por las empresas privadas en una oportunidad para los usuarios.

²⁶⁶ FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p. 81.

²⁶⁷ LÁZARO CARRETER, *op. cit.* (1990), p. 35.

²⁶⁸ GRIJELMO (2012), p. 422.

PUNTO 3.5

²⁶⁹ El peligro fundamental de la redundancia reside en la segregación de un rasgo del concepto al que acompaña el adjetivo. Puesto que se está haciendo uso de un accidente gramatical como el adjetivo, se da a entender que sin él el concepto mencionado carece de la cualidad expresada. Ello guarda gran relación con los distintos marcos y cosmovisiones y con los eufemismos (por ejemplo, *democracia orgánica*, durante el franquismo).

²⁷⁰ RANDALL (1999), p. 142, recomienda evitar estos clichés y términos de empleo automático. Cita asimismo el libro de estilo de *The Daily Telegraph* (p. 144): «Si se siente tentado de emplear una palabra porque todos los escritores ingeniosos la utilizan, cambie de palabra, de lecturas o de trabajo».

²⁷¹ GRIJELMO (2000), pp. 212-213.

²⁷² GRIJELMO (1997), p. 294.

²⁷³ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), p. 47.

²⁷⁴ *Ibidem*, p. 40.

²⁷⁵ CATTANI (2003), p. 58. En general, observa PÉREZ-REVERTE (2014) una extendida «falta de respeto intelectual por quien no comparte la misma opinión» entre personajes públicos, particularmente políticos y periodistas.

²⁷⁶ La crítica no deja de ser irónica viniendo del único diario español que en algún momento fue gubernamental.

²⁷⁷ GRIJELMO (2000), p. 94, comenta las implicaciones de este término. Por lo común, es utilizado en periodismo y política para trivializar, exotizar y empequeñecer al adversario, una estrategia que probablemente alcanzó su máximo desarrollo en la cobertura del 15M.

²⁷⁸ Parece inevitable el paralelismo con el siguiente titular, publicado en *El Mundo* el 11 de abril de 2015: “Rajoy reclama el voto de los 'seres humanos normales'”.

²⁷⁹ FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), p. 58. Nótese la singularidad de un neologismo reciente, utilizado en exclusiva por la ultraderecha española: *podemita*. Dados los mecanismos morfoderivativos del español, el término lógico habría sido *podemista*, que además resulta más cercano a la palabra primitiva. No parece casualidad que el sufijo elegido coincida con el de otro término despectivo también exclusivo en España de la misma ideología: *sodomita*.

²⁸⁰ PÉREZ-REVERTE (2014).

²⁸¹ RANDALL (1999), p. 201. Ello explica el «interés mostrado por Aznar en definir su partido, el Partido Popular, como de *centro democráticos*» en vez de derecha —a la que lo adscriben el resto de partidos y gran parte

de su militancia—, dada la relación de ésta con el conservadurismo y el franquismo (FERNÁNDEZ LAGUNILLA, 1999-II: p. 19).

²⁸² RANDALL (1999), p. 150, y FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-II), pp. 31-ss.

²⁸³ VAN DIJK (1990), pp. 108 y 122. También DE MIGUEL (1994), p. 132: «[Con *lucha armada*] quiérese enaltecer lo que desde el lado de las víctimas sería más bien *terrorismo*».

²⁸⁴ ECHART y CID (2007), p. 24.

²⁸⁵ VAN DIJK (1990), p. 137.

²⁸⁶ DE MIGUEL (1994), p. 231. Esta estrategia puede también usarse de manera eufemística; MARS (2012) lo ejemplifica afirmando que los hombres de negocios no tienen *problemas*, sino que afrontan *retos*.

²⁸⁷ RANDALL (1999), p. 201.

²⁸⁸ GRIJELMO (1997), p. 517. *Cfr.* §240.

PUNTO 3.6

²⁸⁹ PORTOLÉS (1998), pp. 21-22, y MARTÍN ZORRAQUINO y MONTOLÍO DURÁN (1988), p. 113. Por supuesto, existen palabras que integran ambas funciones: «representan pero también orientan el procesamiento». Dos ejemplos serían *acarrear* y *asesorar*, verbos que restringen las posibles inferencias obtenibles por el intérprete, dados los sentidos negativo y positivo (respectivamente) convencionalmente asociados a cada una (PORTOLÉS, 1998: p. 23). En el caso de algunos marcadores, como *sin embargo*, *no obstante* y *en cambio*, su significado procesual guarda asimismo «una evidente relación con el significado conceptual de las unidades que los han originado» (p. 25). Sobre los «genes de las palabras», *vid.* GRIJELMO (2000).

²⁹⁰ VAN DIJK (1990), p. 96.

²⁹¹ MARTÍN ZORRAQUINO y MONTOLÍO DURÁN (1988), pp. 109-110.

²⁹² CATTANI (2003), p. 59.

²⁹³ GRIJELMO (2000), p. 318, y PORTOLÉS (1998), pp. 30-ss. y 90.

²⁹⁴ PORTOLÉS (1998), p. 76, y BROWN y YULE (2005), p. 166.

²⁹⁵ GRIJELMO (2012), p. 454.

²⁹⁶ ARCE CASTILLO (2006), p. 37.

²⁹⁷ Elaborado a partir, sobre todo, de ARCE CASTILLO (2006) y María Moliner (cit. en MARTÍN ZORRAQUINO y MONTOLÍO DURÁN, 1988: pp. 68-ss.), entre otros.

²⁹⁸ ESCANDELL VIDAL (2002), p. 100.

²⁹⁹ TIRADO RUIZ (2003).

³⁰⁰ GARRIDO MEDINA (2008), p. 39.

³⁰¹ ARCE CASTILLO (2006), p. 159.

³⁰² GRIJELMO (2012), p. 412, critica asimismo el uso periodístico de un término como *varios*, que «incumple la máxima de cantidad y da a suponer al lector que son muchos más». Mediante semejantes *palabras grandes*, «se silencia un número exacto para expresar uno indefinido» (*ib.*). También arremete contra *La Gaceta de los Negocios* por el siguiente titular: “Los consejeros de RTVE piden a Oliart que acabe con la ‘parcialidad’ informativa” (06/05/2011). Mediante la omisión del dato concreto, se da a entender una petición unánime del consejo cuando realmente se trataba sólo de un tercio de sus miembros, en concreto los elegidos por la oposición (p. 451). GARRIDO MEDINA (2008), p. 306, por su parte, observa otro fenómeno intensificador: «*Dos mil cartas* no son tantas como *centenares de cartas*», igual que «*toda España* no corresponde a todos y cada uno de los puntos geográficos, sino más bien a la idea de que ningún lugar falta». Efectivamente, parece «muchísimo mayor una extensión de 1.000 metros cuadrados que otra de dos hectáreas, y más tiempo 25 días de espera que un mes, [o] 24 horas que siete jornadas» (GRIJELMO, 2000: p. 320).

PUNTO 3.7

³⁰³ GRIJELMO (2012), pp. 405 y 408. En ocasiones, también obedece a una *macrorregla* del periodismo: como apunta VAN DIJK (1990), p. 62, «una parte de la información implicada o presupuesta que puede suprimirse o subsumirse mediante la construcción se refiere a sucesos informativos» relatados con anterioridad.

³⁰⁴ GRIJELMO (2012), p. 406.

³⁰⁵ CATTANI (2003), p. 149.

³⁰⁶ GRIJELMO (2012), pp. 405-407.

³⁰⁷ SERRANO (2010), pp. 29-31.

³⁰⁸ Todo conforme a GRIJELMO (2012), pp. 407-ss. y 420-ss.

³⁰⁹ ESCANDELL VIDAL (2002), p. 35.

³¹⁰ Habermas en GRIJELMO (2012), p. 410.

³¹¹ Con frecuencia, este tipo de noticias se basan en la autoevidencia: basta con mostrar un hecho como evidente para evitar tener que argumentarlo. Esta estrategia es un clásico de la publicidad, como constata CARANDELL, L. *Celtiberia sbon*, Maeva. Madrid, 1971, al recoger el siguiente anuncio: «La excelencia de sus resultados es su mejor recomendación. No explico las propiedades terapéuticas de cada uno de sus componentes porque, omitiéndolas, hago honor y justicia a la Clase Médica, maestra en este saber, ya que, conociendo su composición química, le basta para su acertada y discreta aplicación».

³¹² VAN DIJK (1990), pp. 93-94.

³¹³ BROWN y YULE (2005), pp. 93-94, 157-158 y 180-181. Según Demetrio (cit. en GRIJELMO, 2012: p. 423), «para lograr la persuasión no hace falta exponerlo todo largamente y con exactitud, sino que habría que dejar algunas cosas a la comprensión y a la reflexión del oyente; pues al comprender lo que se ha omitido no sólo será un oyente, sino que se convertirá en testigo, “un testigo muy bien dispuesto”: “pensará que es inteligente gracias a ti, que le has dado la oportunidad de comprender”» en vez de decirse todo, «como si fuera un necio». «Dejar que sea el otro quien extraiga conclusiones, en vez de hacerlas explícitas para imponérselas, le gratifica, porque le convierte en cómplice solidario; refuerza la conclusión misma, puesto que nos fiamos más de nuestra capacidad de juicio que de la ajena» (CATTANI, 2003: p. 150).

³¹⁴ ESCANDELL VIDAL (2002), pp. 100 y 126.

³¹⁵ GRIJELMO (2012), p. 423.

³¹⁶ *Ibidem*, p. 441. Una noticia similar había sido publicada el 10 de diciembre de 2010 en *La Gaceta de los Negocios*: “Marta Domínguez, detenida el día en que Zapatero prolonga la alama en España”. Más adelante, añade: “Hay quien ve detrás la mano de Rubalcaba, especialista en diseñar maniobras de distracción en las horas más bajas de los Gobiernos socialistas”.

³¹⁷ *Ibidem*, p. 457. Mientras que los géneros informativos se hallan protegidos por la libertad de información, los opinativos se encuadran dentro de la libertad de expresión, derechos con distintos requisitos y protección. Ambos se encuentran incardinados dentro de la libertad de prensa, que conforme a jurisprudencia del Tribunal Supremo se fundamenta en tres principios (CATTANI, 2003: pp. 150-ss.): pertinencia, veracidad y continencia formal.

³¹⁸ GRIJELMO (2012), pp. 444-ss.

³¹⁹ *Ibidem*, pp. 450-ss. Éstas son las que GRIJELMO (1997), p. 495, denomina *yuxtaposiciones ilegítimas*, es decir, aquéllas que hacen recaer sospechas injustas y sin fundamento, a diferencia de las *yuxtaposiciones legítimas*, usadas «para que el lector deduzca lo que honradamente cree el periodista que debe colegir, o para un guiño sin importancia, o una cuestión de estilo». El problema radica en que por lo general el periodista entiendo legítimo el sentido que trata de comunicar, no siempre con tino, como se aprecia en los siguientes ejemplos:

“ETA desarrolló en 2003 un sistema de bombas con móviles como el del 11-M” (*El Mundo*, 12/12/2005)

“El técnico del Bayern, reconocido nacionalista catalán, comprende y apoya la actitud del entrenador del Éibar” (*ABC*, 28/04/2015)

³²⁰ De Pablos en GRIJELMO (2012), p. 447.

³²¹ La deixis «se basa en la correferencia, en una reiteración». Especialmente la catáfora, crea «unas expectativas que llena, o debe llenar, lo que sigue. Así, se provoca un interés y se centra la atención sobre esa información» (FUENTES RODRÍGUEZ, 1999: p. 64).

³²² La autoevidencia consiste en «esa estratagema que consiste en hacer como si el otro lo supiera ya todo» (GONZÁLEZ, F. “Escondidos en la pantalla” en DOMÍNGUEZ, 2007: p. 118). «Representa valores que pocos se atreven a poner en tela de juicio por la enorme autoridad alcanzada por estos medios ante la opinión pública. El manipulador nunca demuestra nada, sino que da por supuesto lo que le conviene, [sin] dar tiempo a pensar y someter a reflexión detenida cada uno de los temas. Para ello, no se detiene nunca a matizar los conceptos y justificar lo que afirma: lo da todo por consabido y lo expone con términos ambiguos [...]; este

método es precisamente el que le permite destacar en cada momento el matiz de cada idea que le interesa para sus fines» (MARTÍNEZ RODRIGO, 2005). Se trata de lo que este último autor denomina «estudiada precipitación».

³²³ Es bien sabido que, ante unos hechos sobre los que no ha recaído resolución judicial, cualquier información periodística debe indicar la cualidad de *presunto criminal* del procesado, si bien se olvida con alarmante habitualidad: “El pederasta de Madrid raptó a cinco niñas y lo intentó con tres más” (*El País*, 24/09/2014). Como expone ampliamente FUENTES OSORIO (2005), la relación entre periodismo y Derecho es de constante conflicto: el periodista, por lo común no versado en la praxis jurídico-legal, a menudo incurre en sinsentidos, errores y alarmas innecesarias, con vulneración de los derechos de víctimas y supuestos o efectivos victimarios por igual (véase un claro supuesto de sensacionalismo recientemente llevado a cabo por TVE: <https://lh3.googleusercontent.com/-aDBR4FW-eTw/VSqA4-rpLKI/AAAAAAAAA8s/6kXqFvRBTOU/h350/Asesinato.jpg>). En otras ocasiones, incurren directamente en el ridículo en su intento por respetar la legalidad, como en la portada del *ABC* del 6 de mayo de 2015, que denuncia la desaparición de una niña acompañando una fotografía suya... censurada para que no se la pueda reconocer, de acuerdo con las leyes para la protección de la infancia.

³²⁴ GARRIDO MEDINA (2008), pp. 300-ss. FERNÁNDEZ LAGUNILLA (1999-I), pp. 38 y 57, también apunta estos recursos como procedimientos que permiten «callar o dejar implícitos ciertos contenidos» y «escapar de su responsabilidad como sujeto de la enunciación ante un contenido comprometido o delicado». En particular, las nominalizaciones suponen un medio muy útil de expresión lingüística, porque *dicen sin decir*, «la responsabilidad de lo enunciado, tanto la información explícita como la implícita, no está a cargo de un sujeto específico, sino que se diluye en una especie de sujeto universal o anónimo al mostrarse como una constatación o verdad científica» (p. 58). Lo mismo sucede con los artículos definidos: «se imponen más fácilmente al receptor, puesto que, como designaciones de objetos cuya existencia no se afirma, sino que se presupone, su significado parece irrefutable». En cambio, el determinante indefinido no implica un referente específico, es decir, no presupone la existencia del objeto denotado (p. 62).

³²⁵ *Ibidem*, pp. 63-64. A ello debe añadirse el realce que suponen estas construcciones: «tiene que haber una razón para que no se sea breve, es decir, para usar la negativa [o interrogativa], que es más larga y más compleja de procesar que la afirmativa. La razón para no ser breve es que se está usando la oración negativa para rechazar la correspondiente oración afirmativa» (GARRIDO MEDINA, 2008: p. 38). Como acertadamente observa Alice Davidson, «cuanto más marcada es la construcción, más probable se vuelve que sea un significado implicado lo que se pretende que transmita el enunciado» (BROWN y YULE, 2005: p. 160).

PUNTO 3.8

³²⁶ Un ejemplo paradigmático de eufemismo empresarial, muy extendido, serían los *emprendedores*, que han venido a sustituir a los *empresarios* de toda la vida, a pesar de que, al fin y al cabo, lo que ambos *emprenden* es una empresa. En el suplemento *Emprendedores* de marzo de 2015 (#210) se utiliza en portada otro término que comienza a ser común para referirse a los inversores/mecenas, *business angel*, que por pertenecer a otro idioma se imbuje de cierto aire refinado y profesional.

³²⁷ ROMERO GUALDA (1996), p. 52.

³²⁸ GARCÍA DOMÍNGUEZ y GÓMEZ FONT (1990), p. 161.

³²⁹ GRIJELMO (1998), p. 160.

³³⁰ ROMERO GUALDA (1996), p. 49.

³³¹ RANDALL (1999), p. 139.

³³² ROMERO GUALDA (1996), p. 47.

³³³ RANDALL (1999), pp. 146 y 156.

³³⁴ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 16.

³³⁵ *Ibidem*, p. 33.

³³⁶ CAZORLA (1985), pp. 84-ss.

³³⁷ GRIJELMO (1997), p. 396.

³³⁸ RODRÍGUEZ MARÍN, R. *La norma en el nivel léxico-semántico*. Madrid, 2012. Disponible en <https://es.scribd.com/doc/127156301/Tema-3-La-Norma-en-El-Nivel-Lexico-semantico-2012>. Para una

comparativa del tratamiento noticioso más o menos sensacionalista del caso de las llamadas *tarjetas black* por varios periódicos españoles, vid. ESTEBAN FDEZ., I. et ál. *Tratamiento mediático de las 'tarjetas black' de Caja Madrid*. Madrid, 16/11/2014. Disponible en https://www.academia.edu/12282987/Tratamiento_medi%C3%A1tico_de_las_tarjetas_black_de_Caja_Madrid.

³³⁹ FUENTES OSORIO (2005).

PUNTO 3.9

³⁴⁰ VAN DIJK (1990), p. 29. En el caso particular de las mujeres, observa GRIJELMO (1997), p. 469, que «das menciones que se hacen de las mujeres en los contenidos informativos supon[e]n apenas un reducido porcentaje de los nombres propios que aparecen en los periódicos» y, cuando aparecen, suele ser en papeles en relación al varón (esposa, madre o hija de un personaje público) o «como persona circunscrita a la moda y a la contemplación del público». Así, Antonio Burgos en *El Mundo* el 21 de julio de 1996, quien se refirió a Concha García Campoy, personaje suficientemente conocido por su nombre, como «la mujer de Lorenzo Díaz». Este protagonismo del varón es perceptible asimismo en la extendida fórmula *y señora*, que ocupa el lugar de la mujer en la información y resalta la figura del hombre, al que simplemente acompaña.

³⁴¹ VAN DIJK (1990), p. 30. Es patente en eufemismos como *persona de color*, que en cierta forma da a entender que los blancos son 'como hay que ser' y los demás tienen colores distintos (GRIJELMO 1997: p. 485, y 1998: p. 211). Se percibe asimismo en el tratamiento mediático de noticias que involucran elementos extraños para el perfil estándar de periodista occidental (heterosexual, adulto, con habilidad informática limitada...), elementos cuyo exotismo se convierte en característica definitoria. De ese modo, colectivos como las tribus urbanas, los ciberusuarios, una plataforma de manifestantes o incluso los asistentes a un concierto son constantemente alterizados, caracterizados a partir de sus diferencias. En la práctica, puesto que en definitiva se está informando de un mundo que se desconoce, se incurre en frecuentes errores y ridículos. Algunos ejemplos de los últimos años:

[Al príncipe Felipe] “últimamente se le ve cada vez más con una barba bien cuidada y recortada (nada *hipster*)”

“Le gusta el Rock and roll, el metal, el punk o el grunge. No es extraño, por tanto, que entre sus músicos y grupos favoritos esté Ska-p, Skrillex e incluso David Guetta” (*El Mundo*, 20/04/2015)

“Shiloh, la hija de Angelina Jolie y Brad Pitt, quiere que la llamen John. Los actores respetan su decisión de vestirse de chico [...]. No es la primera vez que la niña se viste así” (Telecinco, 20/12/2014)

³⁴² VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 128.

³⁴³ GRIJELMO (1998), p. 47, y MARS (2012).

³⁴⁴ GRIJELMO (1997), p. 486. La creencia en este dogma se encuentra tan arraigada que el 10 de diciembre de 2014 TVE emitía una información bajo el titular “Se llama Peter. Es un inmigrante sin trabajo, pero es una persona muy honrada”. Como tantos otros, observa GARRIDO MEDINA (2008), p. 26, que, si el protagonista fuera manchego o alemán, es poco probable que fuera descrito como tal.

³⁴⁵ VAN DIJK (1990), p. 29.

³⁴⁶ *Ibidem*.

³⁴⁷ Entrevista a Estrella Galán, secretaria general Comisión Española de Ayuda al Refugiado, en ÉVOLE, *op. cit.*, 8x08: “El otro lado de la valla”. 06/04/2014.

³⁴⁸ VAN DIJK (1990), p. 121.

³⁴⁹ LÁZARO MORA, *op. cit.* (2004), p. 101.

³⁵⁰ VILCHES VIVANCOS, F. “El deterioro del español en la prensa” en VILCHES VIVANCOS (2000), p. 28. Sólo puede considerarse válida la oposición entre ambos términos cuando *género* «se refiere al rol, comportamiento, actividades y atributos construidos socialmente en torno a cada sexo biológico y que una comunidad en particular considera apropiados para hombres y mujeres», ya que de ese modo puede explicarse la *disforia de género*, es decir, cuando la identidad de género («sentimiento personal profundo y experiencia individual de género») no se corresponde con el sexo biológico asignado al individuo al nacer (UNESCO. *Respuestas del sector de educación frente al bullying homofóbico* [PDF]. 2012. ISBN: 978-92-3001-067-6. Disponible en <http://www.oei.es/70cd/publication.pdf>).

³⁵¹ LÁZARO MORA, *op. cit.* (2004), p. 101.

³⁵² GRIJELMO (1997), p. 462. De ahí la recomendación general de usar las formas femeninas únicamente cuando sea relevante, lo que no incluye, conforme a la lógica gramatical del castellano, el supuesto de un grupo en que hay más mujeres que hombres. En dichos casos, no es en principio incorrecta la habitual alternativa de añadir la marca femenina tras una barra oblicua, si bien atenta contra la economía expresiva del lenguaje, generando frecuentes inconsistencias e incluso absurdos como la siguiente, obra de la formación Ganemos de Almería: «Estamos/as comprometidos/as».

³⁵³ *Vid.* recomendaciones al respecto del DPD (*s. v.* 'género'). Sorprendentemente, este uso ha disminuido en los últimos años, sustituida la clásica percepción de que aúna tanto la marca masculina (-o) como la femenina (-a) por la noción de que la primera abarca la segunda, es decir, la *a* se encuentra en el interior, subordinada a la *o*. Sea como fuere, estos «desvíos gramaticales» (LÁZARO MORA, *op. cit.*, 2004: p. 107) no hacen ningún bien a la lengua ni cambian la realidad social; como cree GRIJELMO, es posible un uso no sexista del idioma sin renunciar a «las reglas de la lengua que los mismos hablantes se han dado» (GRIJELMO, 1997: p. 470). Sin embargo, la proliferación de alternativas que no respetan dichas reglas e introducen una entropía insoslayable en el idioma demuestra que todo el mundo se cree experto en la lengua por el mero hecho de usarla.

³⁵⁴ GRIJELMO (1997), p. 463.

³⁵⁵ *Ibidem* y GRIJELMO (2000), pp. 281-282.

³⁵⁶ GRIJELMO (1997), pp. 465 y 470.

³⁵⁷ GRIJELMO (2000), p. 289.

³⁵⁸ GRIJELMO (1997), p. 467.

³⁵⁹ *Ibidem*, pp. 467 y 471.

³⁶⁰ González y Pascual en GRIJELMO (2000), p. 289.

³⁶¹ *Ibidem*, p. 288.

³⁶² LÁZARO CARRETER, *op. cit.* (1990), p. 30.

³⁶³ GRIJELMO (1997), p. 471.

PUNTO 3.10

³⁶⁴ VAN DIJK (1990), pp. 114 y 130.

³⁶⁵ Tomados de ESCANDELL VIDAL (2002), p. 58.

³⁶⁶ LÁZARO CARRETER, *op. cit.* (1990), p. 29.

³⁶⁷ RANDALL (1999), p. 127.

³⁶⁸ CANTAVELLA y SERRANO (2004), pp. 210-ss. Evidentemente, es mucho más grave el recorte selectivo o la supresión de matizaciones (GRIJELMO, 1997: p. 526): el periodista «puede reducir o denunciar, nunca eliminar» (CATTANI, 2003: p. 89).

³⁶⁹ Hasta aquí y en adelante, salvo que se indique lo contrario, según ESCRIBANO (2007).

³⁷⁰ Para explicar estos distintos efectos psicológicos, la autora distingue entre acciones sociables (*felicitar, ofrecer, saludar...*), indiferentes (*decir, informar, anunciar...*), competitivas (*preguntar, pedir, ordenar, exigir...*) y conflictivas (*amenazar, acusar, maldecir, insultar...*).

³⁷¹ ESCRIBANO (2007), GARRIDO MEDINA (2008), p. 144 y FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p. 51.

³⁷² VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 16. Lo dicho también es válido para fórmulas equivalentes, como el ya mencionado condicional del rumor o expresiones del tipo *parece confirmarse* (GRIJELMO, 2000: p. 158).

COLOFÓN

Anotación: A pesar de la habitual exigencia de finalizar el trabajo con un apartado de Conclusiones, se ha optado por denominar al mismo Colofón, ya que, debido a que la investigación llevada a cabo no parte de unas hipótesis previas, sino que es de naturaleza esencialmente descriptiva, el apartado final constituye un mero remate que recoge y amplía algunos aspectos de lo explicado e introduce algunos comentarios muy generales, sin llegar a ninguna conclusión específica más allá de dicha generalidad.

³⁷³ DE MIGUEL (1994), p. 49. Se trata de la práctica que el autor denomina *slanting* o *faramalla*.

³⁷⁴ ARCE CASTILLO (2006), p. 234.

³⁷⁵ GARRIDO MEDINA (2008), p. 30.

³⁷⁶ BROWN y YULE (2005), p. 195.

³⁷⁷ PORTOLÉS (1998), p. 126

³⁷⁸ TIRADO RUIZ (2003).

³⁷⁹ DE FELIPE, F. y GÓMEZ, I. “El sueño de la visión produce cronoendoscopias. Tratamiento y diagnóstico del trampantojo digital” en DOMÍNGUEZ (2007), p. 67. *Cfr.* ÁLVAREZ, *op. cit.* (1990), p. 90: «En la simple imagen, hay una falsedad formal intrínseca, porque toda carencia es una falsedad, y la imagen, por elocuente que sea, no se interpreta, no se explica a sí misma. [...] Las palabras son capaces de dotar al hecho de lo que la imagen no transmite, la conciencia del hecho, [un] modo de pensar los hechos». Sobre la manipulación fotográfica, *vid.* el amplio y rico análisis de ARIAS THOUS (2014).

³⁸⁰ RAMONET, *op. cit.* (2008), p. 79.

³⁸¹ Aunque frecuentemente olvidado, la televisión dio lugar a un nuevo género escrito a medio camino entre el teletipo y la noticia: el teletexto. En los últimos años, su popularidad ha decaído de manera palpable, lo que ha redundado en una decreciente calidad y la cada vez mayor introducción de valoraciones subjetivas. Obsérvese el siguiente extracto de la sección cultural del teletexto de Antena 3, obtenida el 25 de febrero de 2015: «Los académicos de Hollywood han decidido premiar a la virguería del mexicano Fernando González Inárritu, cinta rodada simulando un único plano secuencia. Que ya ves tú. Pero no nos dejemos llevar por la rabia».

³⁸² CATTANI (2003), p. 168.

³⁸³ VAN DIJK (1990), pp. 131-ss. En estos casos, sucede como decía Protágoras en sus Antilogías: «Nadie está en un error y todos están en lo cierto». Así, recientemente el PP cuando afirmó que el 57 % de los nuevos contratos en 2014 eran indefinidos (el dato real era del 5,7 %). En el ámbito periodístico, uno de los casos más escandalosos de los últimos años se produjo en la portada del diario *La Razón* del 20 de junio de 2011: como denunciaron medios españoles y extranjeros, la cifra de asistentes al 19J no sólo había sido reducida a la mitad, sino que, en consonancia, se había eliminado a algunos de ellos de la fotografía y, con ellos, las cabezas y brazos de otros cercanos. Otro ejemplo de discrepancia en las cifras tuvo lugar el 19 de septiembre de 1996: mientras que *El País* atribuía un valor de 150.000 Pts a los daños causados por Maradona en un hotel de Alicante, según *El Mundo* la valoración ascendía a 250.000 Pts, es decir, un 66 % más.

³⁸⁴ ROMERO GUALDA (1996), p. 12. Como se suele decir, «la mala ortografía es una enfermedad de transmisión textual».

³⁸⁵ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 123.

³⁸⁶ CAZORLA (1985), p. 30.

³⁸⁷ FUENTES RODRÍGUEZ (1999), p. 19

³⁸⁸ SOLER, *op. cit.*

³⁸⁹ ARIAS THOUS (2014).

³⁹⁰ SERRANO (2010), pp. 89 y 92.

³⁹¹ SOLER, *op. cit.*

³⁹² SERRANO (2010), p. 96.

³⁹³ PÉREZ-REVERTE (2014). Como decía Pepe Monerri al propio Reverte, «cuando lleves un bloc y un bolígrafo en la mano, quien debe tenerte miedo es el alcalde a ti». Añade el autor: «Miedo del poderoso a perder la influencia, el privilegio. Miedo a perder la impunidad. A verse enfrentado públicamente a sus contradicciones, a sus manejos, a sus ambiciones, a sus incumplimientos, a sus mentiras, a sus delitos. Sin ese miedo, todo poder se vuelve tiranía. Y el único medio que el mundo actual posee para mantener a los poderosos a raya, para conservarlos en los márgenes de ese saludable miedo, es una prensa libre, lúcida, culta, eficaz, independiente. Sin ese contrapoder, la libertad, la democracia, la decencia, son imposibles».

³⁹⁴ HERNANDO, B. M. *Lenguaje de la prensa*, p. 11. Cit. en ROMERO GUALDA (1996), p. 11.

³⁹⁵ DE MIGUEL (1994), p. 17.

³⁹⁶ ROMERO GUALDA (1996), p. 12.

³⁹⁷ VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ (2004), p. 44.

ANEXO II: Eufemismos

TABLA 1: EUFEMISMOS USADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TABÚ	EUFEMISMO	ORIGEN	TABÚ	EUFEMISMO	ORIGEN
Aborto procurado ¹	Interrupción voluntaria del embarazo	Término legal	Asesinato	Privación arbitraria de la vida	Utilizado por Ronald Reagan
	(Derecho a la) libre elección	Uso políticamente correcto			
Aborto por causa de violación	Aborto ético	[Uso común]	Asistentas ²	Empleada del hogar	Uso políticamente correcto
Adulterio Infidelidad	Aventura extramatrimonial <i>Affaire</i>	Uso políticamente correcto	Ataque	Acción disuasoria / preventiva Defensa ³ Respuesta Contraataque	Uso mediático, político y militar
Agente de policía	Patrulla unipersonal	Uso burocrático	Atasco Embotellamiento	Aglomeraciones Retenciones	Uso mediático
Alambre de cuchillas	Concertina	Popularizado por el Gobierno de Rajoy	Aula de integración de alumnos extranjeros	Aula de enlace	Denominación institucional
Alumno	Cliente	Uso burocrático	Ayudas a la natalidad	Medidas para favorecer el crecimiento demográfico	Utilizado por César Villalón
	Unidad de módulo educacional	Utilizado por Fernando Fdez. de Trocóniz			
Amnistía fiscal	Regularización de / Gravamen sobre activos ocultos Medidas excepcionales para incentivar la tributación de rentas no declaradas	Utilizado por Cristóbal Montoro	Bancarrota	Falta de visibilidad financiera	Utilizado en un comunicado de Spanair
Asalto	Desvío / Desviación	Uso mediático y político	Beneficios empresariales	Excedentes empresariales / de tesorería	Uso empresarial

¹ El disfemismo correspondiente, a veces utilizado por los antiabortistas (quienes prefieren, inteligentemente, ser denominados *provida*; vid. LAKOFF, 2007: p. 67), sería *feticidio*.

² Deben considerarse peyorativas expresiones como *chacha*, *criada* o *sirvienta*.

³ GRIJELMO (2004) observa un uso similar por parte de la Administración Bush del término *escudo antimisiles*, que remite a la misma idea de defensa, a diferencia del mero *sistema de misiles*.

Beneficios para el trabajador	Coste laboral unitario	Uso empresarial
Bipartidismo	Voto útil	Uso político
Bombardeo	Incursión (aérea) Salida	Uso mediático y militar
Brecha económica	Impacto asimétrico de la crisis	Uso político
Cadena perpetua (revisable)	Prisión permanente revisable	Ideado por el Gobierno de Rajoy
Calvicie	Desventaja capilar	Uso políticamente correcto (en inglés)
Cartilla de racionamiento	Libreta de abastecimiento	Utilizado por Fidel Castro
Casero	Propietario de renta inmobiliaria	Uso burocrático
Chabola Infravivienda	Módulos horizontales de tipología especial	Utilizado por Enrique Villoria
Chapapote (<i>Prestige</i>)	Hilillos de plastilina	Utilizado por Mariano Rajoy

Ciego	Invidente Deficiente visual	Uso políticamente correcto
Cliente	Invitado	Uso comercial
Cobrar el paro	Percibir el subsidio de desempleo Cobertura	Uso mediático y político
Colegio semiprivado / subvencionado	Centro educativo concertado	Denominación institucional
Colonización	Obra / Influencia española en América Inversiones en el extranjero	De uso frecuente en libros de texto
Conserje Portero	Empleado de fincas urbanas	Uso burocrático
Contaminación de aguas y suelo	Vertido industrial (de efluentes líquidos)	Uso político y empresarial
Cotización ilegal Fraude fiscal ⁴	Indemnización pactada en diferido / en forma de simulación	Utilizado por María Dolores de Cospedal
Criminalidad impune	Inseguridad	Uso mediático y político
Crisis económica	Recesión / desaceleración transitoria Coyuntura negativa Período de ajuste económico	Popularizado por el Gobierno de Zapatero
	Período especial en tiempos de paz	Utilizado por Fidel Castro
Dedocracia Elección arbitraria	Libre designación	Denominación institucional

⁴ *Relación laboral simulada*, según el Tribunal Superior de Justicia de Madrid. Adviértase que ambas decodificaciones de la expresión se han realizado atendiendo al contexto en que ésta se usó, dicho lo cual *indemnización pactada en diferido* podría obedecer, en otras circunstancias y de acuerdo con las posibilidades que ofrece la legislación laboral española, al acuerdo entre empresa y expleado de pagar –y percibir– la correspondiente indemnización por despido en plazos.

Déficit	Debilitamiento en los ingresos fiscales	Uso político			
Pérdidas	Reducción del crecimiento Tasa de crecimiento negativa Evolución descendente	Uso empresarial	Deuda pública	Deuda soberana Deuda ejecutiva	Uso político
Delfines soldado	Arma biológica avanzada Unidad de Mamíferos Marinos	Utilizado a partir de la Guerra del Golfo	Dictadura	Régimen anterior	Utilizado durante la Transición
Derogación de la ley de educación vigente	Restablecimiento del sistema educativo	Uso político	Discapacitado Minusválido Disminuido Inválido ⁵	Persona con capacidad reducida / con necesidades especiales / con diversidad funcional	Uso políticamente correcto
Desahucio	Procedimiento de ejecución hipotecaria	Término legal	Discriminación	Desigualdad Desequilibrio Relación asimétrica	Uso mediático y político
Desigualdad fiscal territorial Establecimiento de privilegios fiscales	Desarmonización fiscal del territorio Corresponsabilidad con el Estado en la obtención de los recursos necesarios para financiar sus servicios	Utilizado por José María Aznar	Disidencia interna Disconformidad Heterogeneidad	Distintas sensibilidades en el partido	Atribuido a Felipe González
Desplome de precios	Aterrizaje suave de los precios	Utilizado por María Antonia Trujillo	Disparo del bando propio	Fuego amigo / aliado	Uso mediático y militar
Devaluación monetaria	Desaceleración de la moneda	Uso político (en México)	Drogadicción	Drogodependencia Abuso de sustancias	[Uso común]
(Facilitación del) despido	Regulación de empleo Flexibilización del mercado laboral (Re)ajuste de personal Excedente laboral ⁶	Uso político y empresarial	Economía legal	Economía real	Uso político
			Ejército	Fuerzas Armadas	Denominación institucional

⁵ El tabú original sería realmente *tullido*, hoy proscrito por considerarse peyorativo. Los actuales tabús suponen en el fondo los primeros eufemismos ideados, progresivamente suavizados para eliminar connotaciones negativas (falta de capacidad, menor validez, etc.).

⁶ En el pasado se solía decir *reducción de plantilla*, pero su uso repetido volvió demasiado transparente el significado y fue preciso acudir a nuevas fórmulas, como las apuntadas y muchas otras: *desregulación*,

Embargos	Activos adjudicados Exposición a la deuda	Uso burocrático	Paciente	[Uso común]	
			Cliente	Uso burocrático	
Enfermo			Unidad elemental de atención sanitaria Titular pasivo de la acción administrativa en materia de sanidad	Utilizado por Fernando Fdez. de Trocóniz	
			Enfermo crónico o terminal ⁷	Paciente desahuciado	[Uso común]
Embrión	Producto de la concepción	Término legal	Enfermo de sida	Seropositivo	Término médico y políticamente correcto
Empresa	Operación Tejido productivo	Uso empresarial Uso político	Entidad de compra de activos tóxicos / sobrevalorados	Fondo para la reestructuración de los activos financieros Vehículo de liquidación a largo plazo Banco malo ⁸	Extendido a raíz de la crisis financiera
Empresario	Agente / Fuerza económica Emprendedor	Uso predominante en política	Escasez de alimentos	Racionalización del consumo Racionamiento de los alimentos	Uso político en tiempos de guerra
<i>Enchufado</i> ⁹	Asesor Cargo de confianza	Uso político	Escasez de viviendas	Desequilibrio entre la oferta y la demanda de unidades domésticas	Uso político
Enfermero	Ayudante técnico sanitario (ATS)	Uso burocrático			

reconversión, congelación, disminución o caída del empleo, reducción de la fuerza laboral, reajuste del volumen del programa de producción, excedente neto a resolver, superávit funcional, mejora de la competitividad, reestructuración de la plantilla, redimensionamiento o reingeniería laboral, proceso de optimización o de realineamiento de plantillas, reformas estructurales en materia de empleo, racionalización de la red de oficinas o de la mano de obra, incentivación de actividades alternativas... (VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ, 2004: p. 125 y GRIJELMO, 1997 y 2000, entre otros); en el contexto microeconómico, suelen utilizarse *desvinculación del proyecto, desconstrucción, desreclutamiento, alejamiento involuntario, relevo de sus funciones, prescindir de sus servicios, poner en la calle, dejar ir*, etc.

⁷ A su vez, eufemismo del crudo *moribundo*.

⁸ Aunque disfemística, la denominación de *banco* atribuye a la expresión las connotaciones positivas asociadas a éstos (seriedad, fiabilidad, respaldo estatal, etc.), quedando anuladas las negativas al explicitarse un calificativo peyorativo.

⁹ Aunque de uso coloquial, se trata de un disfemismo para referirse a quienes se benefician del nepotismo político e institucional. Si bien no todos los asesores de la Administración Pública (ni de las empresas privadas) provienen de este favoritismo, puede citarse el ejemplo paradigmático de Elías Bendodo, presidente de la Diputación de Málaga en 2011, quien nombró, entre otros, a *asesores taurinos* y *asesores técnicos de vehículos*, es decir, chóferes (“Hasta cuatro cargos para coordinar ‘los coches’ de la Diputación de Málaga” [noticia] en *El Plural*. España, 24/11/2011. Disponible en <http://www.elplural.com/2011/12/24/hasta-cuatro-cargos-para-coordinar-el-parque-movil-de-la-diputacion-de-malaga>).

Especulación financiera	Cambio de criterios contables	Uso político	Fracaso	Falta de condiciones subjetivas	Utilizado por Fidel Castro
Especulación urbanística	Recalificación de terrenos Revitalización del centro urbano	Uso político y legal	Francotirador	Tirador de élite	Uso militar y policial
Espionaje	Servicios de información / de inteligencia	Denominación institucional	Fuga de capitales	Deslocalización	Uso político y empresarial
Estados no aliados / enemigos	Estados golfos ¹⁰	De uso frecuente en las relaciones internacionales	Fuga de cerebros Emigrantes forzosos Exilio juvenil	Jóvenes aventureros Movilidad geográfica / exterior	Popularizados por Fátima Báñez
Estancamiento	Crecimiento cero	Uso político y empresarial	Gay	Homosexual ¹¹	Uso políticamente correcto
Eutanasia ¹²	Muerte digna	[Uso común]	Gastos de manutención y transporte	Dietas Atávicos Sueldo de bolsillo	Uso político
Evasión fiscal	Distorsiones fiscales	Uso político	Golpe de Estado	Pronunciamiento / Alzamiento / Levantamiento militar	Uso histórico
Exiliados	Prófugos no clandestinos	Uso político	Grupos de presión	Entramado social Agentes sociales Poderes fácticos	Uso político
Financiación ilegal	Caja B	Popularizado a raíz del 'caso Bárcenas'	Guerra	Guerra justa / preventiva ¹³	Popularizado por la Administración Bush ¹⁴

¹⁰ En el ámbito comunitario, este término se ha usado ocasionalmente para referirse a aquellos países (fundamentalmente, los conocidos como PIGS) que han malgastado los fondos europeos, uso más apropiado a la metáfora y al significado de *golfo* que el originalmente prodigado por EE UU.

¹¹ Mientras que el neologismo *homosexual* fue acuñado en 1869, los orígenes de *gay* se remontan al provenzal con el sentido de 'gayo, alegre' y al inglés victoriano con el significado de 'prostituto de hombres' (y, por extensión, 'homosexual'). Algunos autores consideran que ambos términos vinieron a sustituir denominaciones como *marica*, *afeminado* (SÁNCHEZ LOBATO, *op. cit.* (2008), p. 252) o incluso *bisexual* (VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ, 2004: p. 125), a pesar del claro significado divergente de esta última y del carácter disfemístico de las anteriores, asimilables a otras denominaciones tradicionales censurables por ser fruto de la ignorancia, por ejemplo en el campo de la discapacidad física (*tullido*) y psíquica (*imbécil, idiota, mongólico, anormal, subnormal, deficiente, retrasado, atrasado, tocado, sonado...*).

¹² Más claramente, *suicidio asistido*, si bien legalmente se trata de figuras distintas (con consecuencias jurídicas diferentes, pues), como ocurre con la *detención ilegal* y el *secuestro*.

¹³ En algunos casos, son eufemismos de *guerra interesada*, concepto empero a menudo redundante. Otros eufemismos similares usados a lo largo de Historia serían *conflicto bélico, paz armada, oposición no violenta* (no en todos los casos) o incluso *guerra santa / cruzada*.

¹⁴ Se usan las denominaciones *Administración* para EE UU y *Gobierno* para España no sólo en atención al uso común ni en el entendimiento de que los presidentes estadounidenses administran más que gobiernan, sino como reflejo del esquema cognitivo-conceptual estadounidense respecto de la actividad política (lo cual

Huelga	Movilizaciones	Uso político y mediático	Inversión en industria armamentística	Potenciación de actividades relacionadas con la defensa nacional	Utilizado por José María Aznar
Ilegalidad	Irregularidad	Uso mediático y político	Invasión	Misión humanitaria ¹⁵ Llevar la democracia	Uso político
	Conducta no ejemplar	Utilizado en un comunicado de la Casa Real		Colonización Entrada	Usado en libros de texto
Impago (parcial) de la deuda	Reestructuración / Renegociación de la deuda	Popularizado por Pablo Iglesias y Albert Rivera	Latrocinio	Apropiación indebida Malversación de fondos / caudales públicos ¹⁶	Uso legal
Incomunicación	Mala transmisión de la información	Uso político	Lesiones mortales	Lesiones incompatibles con la vida	Uso mediático
Independencia catalana	Derecho a la autodeterminación / a decidir	Popularizado por Artur Mas	Manifestante Disidente Contestatorio Inconformista	Antisistema Agitador Radical Violento Terrorista ¹⁷	Más usado por la derecha política y mediática
	Replanteamiento de las relaciones entre España y Cataluña	Utilizado por Oriol Junqueras			
Indio americano	Nativo americano	Uso políticamente correcto	Manual sobre tortura carcelaria	Programa de Acceso Especial	Ideado por Donald Rumsfeld
Inflación	Ajuste en los precios de los productos de la canasta básica	Uso político (en México)	Matar	Neutralizar Eliminar	Uso militar
Injerencia lingüística	Normalización lingüística	Uso político	Matrimonio gay ¹⁸	Matrimonio igualitario / entre personas del mismo sexo	Uso mediático y político
Inmigrante	Sin papeles ¹⁹	[Uso común]			

también se observa en sus normas: mientras que en EE UU los mandatos se limitan a dos legislaturas –ocho años–, en España no existe semejante limitación).

¹⁵ No se trata de un eufemismo en el contexto de la ayuda altruista prestada por voluntarios, ONG, organizaciones religiosas y, puntualmente, algunos organismos internacionales.

¹⁶ Nótese que, a pesar de su uso eufemístico, es la denominación legal correspondiente a los delitos tipificados en los artículos 252 y siguientes y 432 y siguientes del Código Penal (algo similar ocurre con *tráfico de influencias*, apropiado en el contexto del delito, pero que requiere una concreción en el periodismo; *soborno*, por ejemplo). Con el mismo sentido, en Venezuela se ha usado *peculado doloso propio con distracción*.

¹⁷ Como se puede apreciar, se trata más de disfemismos que eufemismos. Como disfemismo neológico de origen más vulgar que coloquial, debe señalarse el tan usado *perroflauta*.

¹⁸ Según LAKOFF (2007), p. 39, los conservadores estadounidenses prefieren el tabú por evocar la idea de sexo y connotar «un estilo de vida desenfrenado, desviado y sexualmente irresponsable» (*cf.* §11), si bien su uso repetido «normaliza» el supuesto oxímoron, convirtiendo en común la noción de este tipo de unión.

¹⁹ Por no decir *sin derechos* (VILCHES VIVANCOS y SARMIENTO GONZÁLEZ, 2004). Más propiamente, habría que hablar de *extranjero ilegal* (o simplemente *ilegal*) o, mejor todavía, *irregular*.

Mentir Manipular	Falsear / Faltar a la verdad	Uso académico	Pérdida de ingresos	Pérdida de cuota de mercado Problemas de posicionamiento en el mercado Dificultades pasajeras de flujo de efectivo Falta de liquidez	Uso empresarial
Moro	Magrebí	Uso políticamente correcto	Perito	Ingeniero técnico	Uso burocrático
Naciones aliadas	Naciones amigas	De uso frecuente en las relaciones internacionales	Población	Núcleo poblacional	Uso burocrático
Negro (raza)	Afroamericano Subsahariano Persona de color	Uso políticamente correcto	Pobres Indigentes Mendigos	Personas (más) necesitadas / desfavorecidas / sin recursos / económicamente explotadas	Uso político
Ocupación	Recuperación	Utilizado por la PAH	Pobres energéticos ²⁰	Consumidores vulnerables	Uso burocrático
Países pobres / subdesarrollados ²¹	Tercer Mundo Países emergentes / en vías de desarrollo	De uso frecuente en las relaciones internacionales	Preso	Privado de libertad Recluso Reo	Uso burocrático
Parado	Desempleado Desocupado	Uso burocrático	Prisión Cárcel	Establecimiento penitenciario Centro de resocialización Correccional ²²	Denominación institucional
	Afectado por un plan de reducción de empleo	Uso político			
Paralítico Tetrapléjico	Impedido Persona con movilidad reducida	Uso políticamente correcto	Prisión de menores	Reformatorio	Denominación institucional

²⁰ Neologismo eufemístico de difícil síntesis usado por las compañías eléctricas para hacer referencia a las familias y demás ciudadanos que, debido a sus precarias condiciones económicas a causa de la actual crisis, son incapaces de asumir el gasto considerado mínimo de energía para el hogar.

²¹ Originalmente, un eufemismo. Su uso masivo lo convirtió en un término habitual y por ello hubieron de inventarse nuevas denominaciones. Nótese a este respecto, no obstante, que el término *países en vías de desarrollo* se usa en ocasiones para referirse a naciones en estado de progreso industrial y económico, como los BRICS. Como indica LAKOFF (2007), p. 12, se establece así una dicotomía entre las naciones industrializadas o «adultas» y las atrasadas o «infantiles», metáfora que en la práctica es usada por las primeras para imponerse a las segundas.

²² Póngase en relación la evocadora etimología del término con la de *reformatorio*.

Privatización	Liberalización Externalización Desnacionalización Modernización del sector público	Popularizado por el Gobierno de Rajoy	Recortes sociales / en derechos	Modulación / Racionalización de derechos	Utilizado por Cristina Cifuentes
Prostitución	(Páginas de) contactos	Uso empresarial	Recreo	Segmento de ocio	Uso burocrático
Prostituta	Trabajadora sexual	Uso políticamente correcto	Recuperación de asignaturas	Preparación adicional	Uso burocrático
Ralentizar	Reducir el régimen de velocidad	Uso burocrático	Reducción selectiva de impuestos	Medidas de alivio fiscal	Ideado por la Administración Bush
Rebajas	Ventas especiales	Uso comercial	Referéndum regional	Consulta (alternativa) Proceso participativo	Popularizado por Artur Mas
Rechazado Excluido	No admitido No apto	Uso burocrático	Refuerzo académico	Diversificación curricular	Uso políticamente correcto
Reclamación	Sugerencia	Uso empresarial	Regiones pobres	Comarcas deprimidas / de perfil económico no evolucionado	Uso político
Recogida de basuras	Tratamiento de residuos sólidos urbanos	Uso burocrático	Remoción de disidentes	Proceso de depuración política	Utilizado por Fidel Castro
Reconquista de la Península	Expansión de los reinos cristianos en la Península ²³	Usado en libros de texto	Repago sanitario Doble imposición	Copago sanitario Medidas para garantizar la sostenibilidad del sistema nacional de salud	Popularizado por Ana Mato
(Necesidad de) recortes económicos	Ajustes estructurales de gasto público Reordenación de recursos Contención de los gastos sociales Esfuerzo colectivo Sacrificio Ahorro	Uso político	Rescate bancario	Tique moderador sanitario	Utilizado por Artur Mas
	Vivir por encima de nuestras posibilidades Medidas de austeridad Reformas estructurales necesarias Resaca	Popularizado por el Gobierno de Rajoy		Línea de crédito para la banca en condiciones preferentes Inyectar liquidez a la banca Facilitar la gestión activa del patrimonio dañado de las entidades financieras	Popularizado por el Gobierno de Rajoy

²³ Aunque se califica la expresión de eufemística en tanto en cuanto trata de evitar las connotaciones negativas asociadas a la Reconquista, supone un término histórica y semánticamente apropiado, pues no puede *reconquistarse* lo que en primer lugar no había sido *conquistado*.

Rescate financiero	Apoyo financiero Préstamo en condiciones muy favorables	Utilizado por Luis de Guindos	Subida de precios o tarifas Aumento salarial (para ejecutivos) Rebaja salarial ²⁴ (para trabajadores)	Reajuste Revisión ²⁵ Actualización	Uso político Uso empresarial
Robo o aprovechamiento de información	Uso de información privilegiada	Término legal	Suspensión de pagos	Concurso de acreedores	Término legal
Separación matrimonial	Cese temporal de la convivencia matrimonial	Utilizado en un comunicado de la Casa Real	Suspense	Insuficiente No apto	Uso burocrático
Sindicato	Agente / Interlocutor social	Uso político	Talibanes antisoviéticos	Paladines de la libertad	Utilizado por Ronald Reagan
Soberanía vasca	Ámbito vasco de decisión	Ideado por Juan José Ibarretxe	Tortura	Presión física moderada Métodos expeditivos de coacción	Utilizado en las autorizaciones judiciales
Sobreventa Saturación Exceso de reserva	<i>Overbooking</i>	Uso comercial		Técnicas de investigación	Utilizado por Donald Rumsfeld
Soldados (y pertrechos)	Efectivos	Uso mediático, político y militar		Excesos jurídicos Riguroso examen	Uso político y militar
Sordo	Deficiente auditivo	Uso políticamente correcto			
Subida de impuestos	Aumento de la presión fiscal Reajuste financiero Restablecimiento del sistema financiero	Uso político			
	Medidas de consolidación fiscal Gravamen adicional Novedad tributaria	Popularizado por el Gobierno de Rajoy			
	Recargo complementario temporal de solidaridad	Utilizado por Soraya Sáenz de Santamaría			
	Cambio en la componderación de los impuestos	Utilizado por Cristóbal Montoro			

²⁴ Como formas eufemísticas propias, también se han usado *devaluación competitiva de los salarios* (BCE) y *moderación* o *contención salarial*.

²⁵ En esta línea, el diario *Expansión* denominó a la subida de sueldo de los directivos de Telefónica *revisión del esquema de retribución salarial* (08/09/1997).

(Plantilla de) trabajadores ²⁶	Recursos humanos Capital humano	Uso empresarial
Trabajo basura / precario	<i>Minijob</i>	Neologismo de origen alemán
Usado De segunda mano ²⁷	Seminuevo De ocasión	Uso comercial
Vacaciones de los parlamentarios	Fin del período ordinario de sesiones	Uso burocrático

Valores de alto riesgo Víctimas inocentes Daños imprevistos	(Acciones) preferentes Bajas civiles Daños colaterales Males menores	Popularizado por las cajas de ahorros De uso frecuente desde la guerra de Vietnam
Viejo Anciano	Abuelo Tercera edad	Uso políticamente correcto
Violencia machista ²⁸	Violencia de género	Uso mediático, político y legal
Voto de protesta (en blanco o nulo)	Abstención activa	Utilizado en propaganda electoral

TABLA 2: EUFEMISMOS RELACIONADOS CON EL TERRORISMO

TABÚ	EUFEMISMO	ORIGEN
–	Armas de destrucción masiva ²⁹	Popularizado por la Administración Bush
Acciones terroristas ³⁰	Procedimientos violentos	Frecuente en la lucha armada
Alto el fuego	Tregua	Frecuente en la lucha armada
Asesinatos	Ejecuciones	Frecuente en la lucha armada
Banda terrorista	Ejército de liberación Comando	Frecuente en la lucha armada

TABLA 3: EUFEMISMOS DE LOS TOTALITARISMOS HISTÓRICOS

TABÚ	EUFEMISMO	ORIGEN
Ario perfecto	Caracterialmente positivo	Utilizado por Hitler
Asesinato	Pacificación / Tratamiento especial	Utilizado en la Alemania nazi
	Desaparición	Popularizado por las dictaduras latinas
Asesinos en masa a sueldo	Grupos de tareas	Usado en los campos nazis
Basurero	Cinturón ecológico	Usado en la dictadura de Videla
Campo de arresto o aislamiento	Campo de concentración / de internamiento / de concierto	Popularizado por la Alemania nazi

²⁶ En términos más crudos, de corte marxista, *obreros, mano de obra*.

²⁷ *Vid.* §21.

²⁸ Si bien a primera vista parece más adecuada la expresión *violencia contra la mujer*, desconoce la creciente realidad de las parejas homosexuales y que se trata precisamente de un delito –además de una conducta moral y socialmente reprobada– por suponer una manifestación de superioridad del hombre sobre la mujer.

²⁹ Aunque no se trata de un eufemismo *per se*, fue usado con tal sentido por George W. Bush como subterfugio justificador del ataque estadounidense contra Irak, ya que por aquel entonces también EE UU –entre otros países– poseía tecnología mercedora de igual denominación.

³⁰ Un eufemismo en sí mismo en tanto sustituye el más claro *atentados terroristas*. No obstante, se incluye aquí como tabú (o, si se prefiere, eufemismo *de primer nivel*) por su mayor amplitud respecto al mencionado.

Bomba	Artefacto (explosivo)	Uso mediático
Centro de retención de secuestrados	Cárcel del pueblo	Ideado por ETA
Cómplices	Colaboradores Entorno	Uso mediático
Convictos ³¹	Represaliados políticos vascos	Uso político
Expulsión del País Vasco de las Fuerzas del Estado	Desmilitarización	Utilizado por ETA
Extorsión económica	Impuesto revolucionario	Frecuente en la lucha armada
Guerra	Guerra contra el terror ³²	Ideado por la Administración Bush
Prófugos ³³	Refugiados / Exiliados vascos	Uso político
Secuestrados Rehenes	Prisioneros	Frecuente en la lucha armada

Campo de exterminio	Centro de reubicación	Popularizado por la Alemania nazi
Chabola Infravivienda	Villa de emergencia	Usado en la dictadura de Videla
Huelga	Conflicto laboral	Usado en el franquismo
Censura previa	Consulta previa	Ley española de Prensa (precepto derogado)
Control de prisioneros	Sincronización	Usado en los campos nazis
Corrupción (franquismo)	Abuso del crédito	Usado en libros de texto
Deportación	Traslado Evacuación Reacomodo Reinstalación Arresto preventivo	Usado en la Alemania nazi
Derrota	Crisis	Utilizado en la Alemania nazi durante la guerra
Dictadura franquista	Democracia orgánica	Usado en el franquismo
	Monarquía de gobierno unitario Era de Franco Autarquía Régimen personalista ³⁴	Usado en libros de texto

³¹ *Vid.* §21.

³² Inmediatamente después de los sucesos del 11S, el enmarcado inicial de la Administración estadounidense fue el de «un crimen con víctimas cuyos perpetradores habían de ser *llevados ante la Justicia y castigados*. El marco del crimen da lugar a leyes, tribunales, abogados, procedimientos, sentencias, apelaciones, etc. Pasaron horas antes de que el *crimen* se convirtiera en *guerra*, con *bajas, enemigos, acción militar, poderes de guerra*, etc.» y, finalmente, en puro, simple y omnicomprensivo *mal* (LAKKOF, 2007: p. 46).

³³ Entiéndase en el contexto actual, en el que el eufemismo encubre fundamentalmente a miembros de la fuerza terrorista ETA ocultos en otros países, y no en el contexto de la dictadura franquista, cuando sí hubo exiliados *por el mero hecho de ser vascos*.

³⁴ La lista no es exhaustiva: también se han utilizado expresiones como *autoritarismo, reconstrucción, régimen fuerte, ausencia de sufragio* o *de partidos políticos, capitalismo al servicio de la comunidad*...

Terrorismo	Lucha armada ³⁵	Frecuente en la lucha armada
Terrorismo de Estado (GAL)	Fuertes reacciones del Estado	Usado en libros de texto
	Grupo heterogéneo de personas que cometen delitos	Utilizado por José Barrionuevo
Terrorista	Violento	Uso mediático y político
Vandalismo	Lucha callejera	Ideado por ETA
	Terrorismo urbano / de baja intensidad	Uso político
Venganza	Represalias Respuesta adecuada	Frecuente en la lucha armada
Víctima	Objetivo	Frecuente en la lucha armada

Dificultad para avanzar	Pausa momentánea en el avance	Utilizado por Hitler durante la guerra
Eugenesia Asesinato	Eutanasia ³⁶	Usado en la Alemania nazi
Fascismo	Política nacionalista	Usado en libros de texto
Genocidio / Holocausto judío	Limpieza étnica Solución final	Ideado en la Alemania nazi
Matadero	Centro médico	Usado en los campos nazis
Partido único <i>de facto</i>	Papel dirigente del partido comunista	Constitución de la URSS
Retirada de tropas	Avance elástico sobre la retaguardia	Utilizado por Hitler durante la guerra
Sicarios	Grupo de servicios especiales	Usado en la Alemania nazi
Sindicado único del Estado	Sindicato vertical	Usado en el franquismo
Suicidio	Rápida enfermedad Incidente imprevisto	Usado en la prensa del franquismo
Tortura	Interrogatorio intensificado	Usado en la Alemania nazi
Trabajadores	Productores	Usado en el franquismo
Verdugo	Doctor	Usado en los campos nazis

³⁵ Nótese que, más que un eufemismo, se trata de una dicotomía nominal: mientras que términos como *ejecución* o *prisionero* pueden censurarse por la ausencia objetiva de legitimidad política (GRIJELMO, Á. *El poder de las palabras*, p. 65 en VILCHES VIVANCOS, 2000), la distinción entre la lucha armada y el terrorismo es puramente política y legal, dependiendo la denominación, por tanto, de la perspectiva o bando que se asuma. Lo mismo es aplicable a *ejército de liberación/lucha por la libertad y guerrilla* (VAN DIJK, 1990: p. 122) y el par *invasión-migración* (GRIJELMO, 2000: pp. 234-235).

³⁶ A destacar, el nombre de la entidad encargada de su ejecución, denominada *Fundación de beneficencia para el cuidado institucional*.