

Las expresiones con referente humano en la titulación de la prensa hispanohablante

Silvia Hurtado González
Universidad de Valladolid
silvia.hurtado@uva.es

Resumen

En esta investigación se analizan las expresiones lingüísticas con referente humano en los titulares de artículos periodísticos informativos de la prensa hispanohablante actual. Para llevar a cabo el análisis, se sigue la clasificación de Vande Castele (2009) en cuatro tipos de expresiones identificadoras: nombres propios, sintagmas definidos, sintagmas indefinidos y construcciones apositivas. En primer lugar, se estudia su distribución y frecuencia en los títulos, analizando sus peculiaridades en detalle para, posteriormente, tomar en consideración este tipo de expresiones lingüísticas en el subtítulo. La finalidad de este trabajo es dar cuenta de todas las posibilidades encontradas en el corpus y exponer el tipo de contribución que realizan a la interpretación del titular periodístico. La elección de unas expresiones frente a otras resulta determinante en este espacio periodístico, ya que la construcción del titular de las noticias está sometida a estrategias discursivas específicas que pueden llegar a condicionar la lectura global del mensaje.

Palabras clave: titulares periodísticos, información, referencia, noticia, discurso periodístico.

1. Metodología y características del corpus

La referencia a seres humanos es uno de los aspectos más importantes de las informaciones periodísticas, pero para aludir a un ser humano el periodista tiene que seleccionar uno de los siguientes mecanismos (Vande Castele 2009): un nombre propio, un sintagma definido, un sintagma indefinido o una construcción apositiva. Cada una de estas expresiones referenciales indican al lector en qué medida es fácil o automático construir la representación mental del referente. Además, dicha elección resulta crucial en los titulares, puesto que este espacio periodístico se encuentra sometido a estrategias discursivas especiales. En lo concerniente a los mecanismos mencionados, por medio de un análisis cuantitativo, se revelan tendencias generales y comportamientos específicos que arrojan luz sobre la codificación lingüística de este registro.

El punto de partida de esta investigación consistió en la selección de los diarios digitales de prensa hispanohablante. Los elegidos fueron los siguientes: *El País* de España, *El Universal* de México, *El Comercio* de Perú, *El Espectador* de Colombia y *Clarín* de Argentina. Una vez seleccionados los materiales, se decidió centrar la búsqueda en los artículos periodísticos informativos de las secciones nacional e internacional dentro del período comprendido entre el 27 de febrero y el 27 de marzo de 2018. Acotado el límite temporal del trabajo, se entresacaron, en un muestreo no probabilístico, los titulares en los que aparecían expresiones referentes a seres humanos hasta constituir un corpus formado por 500 titulares (100 por cada uno de los periódicos expurgados). Ahora bien, dado que es frecuente que en los titulares aparezca más de una expresión lingüística para indicar un referente humano, el total de expresiones entresacadas fue de 573. En primer lugar, se analizan los resultados considerando únicamente los títulos para, posteriormente, extender el análisis a los subtítulos en los que se repite el referente humano que se anuncia en el título de la misma noticia. Se estudian sus posibilidades expresivas existentes y su distinta función discursiva. Asimismo, se establece una comparación con los datos de la investigación de Vande Castele, centrada exclusivamente en la prensa española (en concreto, en el periódico *El País* del año 2003).

2. Análisis de los datos

La siguiente tabla ofrece la clasificación de las 573 expresiones lingüísticas con referente humano por países en los títulos, entendidos estos como la parte central e imprescindible del titular periodístico.

Tipo de expresión referencial	España <i>El País</i>	México <i>El Universal</i>	Argentina <i>Clarín</i>	Perú <i>El Comercio</i>	Colombia <i>El Espectador</i>	Nº de ocurrencias
Nombre Propio	39	56	58	60	46	259 (45,2%)
Sintagma definido	51	40	40	37	35	203 (35,4%)
Sintagma indefinido	16	16	13	16	10	71 (12,4%)
Construcciones apositivas	4	2	12	7	15	40 (7,0%)

Tabla 1. Distribución de las expresiones lingüísticas con referente humano en los títulos

Se observa que en nuestro corpus de prensa hispanohablante el tipo de expresión más utilizada en los títulos es el nombre propio. En segundo lugar, aparecen los sintagmas definidos, seguidos de los sintagmas indefinidos y, en último lugar, se sitúan las construcciones apositivas. Estas preferencias son coincidentes, en líneas generales, con las apuntadas por Vande Casteele (2009: 1048), aunque los porcentajes difieren, como veremos en los siguientes apartados en los que se exponen con detalle los rasgos característicos de cada uno de estos grupos.

2.1. Nombres propios

La presencia de nombres propios en los títulos de noticias en el corpus alcanza el 45,2% de expresiones que aluden a un ser humano, si bien Vande Casteele (2009: 1053) recoge una cifra superior de nombres propios: 51,1 %. Es claro que al usar un nombre propio como expresión referencial, el periodista designa de manera directa una entidad individual, pero su elección estará, en todos los casos, motivada por sus suposiciones acerca de los recursos cognitivos y contextuales del lector del periódico.

Dentro de este grupo, podemos hacer una distinción en varios tipos de nombres propios: nombre de pila, apellido (o apellidos) y nombre completo (nombre y apellidos). Según Figueras (2000), quien se basa en la teoría de la accesibilidad propuesta por Ariel (1990), los nombres de pila remiten a referentes relativamente accesibles. Los apellidos son algo menos accesibles y, por fin, los nombres propios completos se emplean para indicar referentes de accesibilidad aún más baja. En cualquier caso, se trata de referentes que no resultan inmediatamente accesibles. Los siguientes ejemplos ilustran cada una de estas posibilidades:

- (1) Enfrenta *Cristina K.* juicio por corrupción (*El Universal*, 3/3/18)
- (2) *Martina Navratilova* acusó a la BBC de discriminación salarial (*Clarín*, 18/3/18)
- (3) *Morales* aboga por *Maduro* en carta enviada a *Kuczynski* (*El Comercio*, 14/3/18)

Como empleos minoritarios, hemos documentado en nuestro corpus otras dos posibilidades: los apodos y los criptónimos (nombre propio de persona escrito solo con sus iniciales):

- (4) ‘*El Bigotes*’: “Veó el plano del hemiciclo y siguen los mismos” (*El País*, 26/2/18)
- (5) Rechaza Trump exigencia de *EPN* (*El Universal*, 10/3/18)
- (6) *PPK* respondió cerca de 40 preguntas ante la fiscalía (*El Comercio*, 15/3/18)

En (1) acompaña al nombre propio la inicial del apellido seguramente para no comprometer la recuperación de la representación mental del referente aludido. En (2) se ofrece el nombre y el apellido de la protagonista de la noticia. En (3) las personas son nombradas únicamente por el apellido. El recurso a los apodos, como en (4) es excepcional, si bien hay un mayor número de

titulares que emplean criptónimos. Aunque se ha señalado el empleo de estos como un rasgo característico de la prensa hispanoamericana, en nuestro corpus solo aparecen dos criptónimos, los de los ejemplos (5) y (6). *EPN* alude a Enrique Peña Nieto, presidente de México, documentado en la prensa mexicana, mientras que *PPK* aparece en el periódico peruano *El Comercio* para hacer referencia a Pedro Pablo Kuczynski, expresidente de Perú. Sin embargo, hay que señalar que su empleo no es sistemático, ya que aparecen títulos como los siguientes:

- (7) La realidad que hoy vive el país es distinta y mejor para las mujeres: *Peña Nieto* (*El Universal*, 8/3/18)

De todas las posibilidades apuntadas, el grupo más numeroso es el representado por el apellido (o los apellidos).

2.2. Los sintagmas definidos

En cuanto a la distribución de los sintagmas definidos en los títulos examinados, el porcentaje es del 35,4%, frente al 24,6% de Vande Castele (2009: 1053). Dentro de este segundo apartado se pueden establecer, a su vez, tres subgrupos: sintagma definido singular, sintagma definido plural y sintagma definido singular colectivo, posibilidades que se pueden observar en los ejemplos siguientes:

- (8) *Primer ministro palestino* sobrevive a intento de asesinato en Gaza (*El Comercio*, 13/3/18)
(9) *Los seguidores de Trump*, un altavoz para las noticias falsas en la Red (*El País*, 26/2/18)
(10) El *Ejército* siembra la incertidumbre en las favelas (*El País*, 26/2/18)

De estos tres grupos, el más frecuente es el primero, es decir, la mayoría de los títulos del corpus tiene un referente singular, con la particularidad de que, fundamentalmente en la prensa colombiana y mexicana, este tipo de sintagmas puede aparecer sin artículo determinado, sin que esta elisión impida al lector la recuperación de la representación mental del individuo en cuestión. Por otra parte, el empleo de una descripción definida frente al de las expresiones como los nombres propios acarrea siempre una orientación de la referencia, “en la medida en que obliga a los lectores a recuperar un concepto individual tomando en consideración determinadas facetas del referente” (Barranco Flores 2017: 9).

2.3. Los sintagmas indefinidos

Los sintagmas indefinidos alcanzan en el corpus una representación del 12,4%; el porcentaje de Vande Castele (2009: 1053) para este mismo grupo es del 21,3%. Como es sabido, los sintagmas indefinidos, a diferencia de los definidos, vistos anteriormente, indican la referencia de uno o varios elementos sin precisar de quién se trata exactamente, porque no interesa o porque se desconoce, al tiempo que son el recurso idóneo para introducir un referente nuevo en el discurso. Asimismo, se pueden establecer dos grupos: sintagma indefinido singular o sintagma indefinido plural, pero es más frecuente el primero. También el artículo en estos sintagmas puede estar elidido, aunque su elisión no es general en la prensa de los países hispanoamericanos, como puede verse si comparamos los siguientes títulos:

- (11) México: *Empleado de zoológico* muere al ser atacado por un león (*El Comercio*, 16/3/18)
(12) En medio del debate por el control de armas, *un profesor de secundaria* fue detenido hoy después de que presuntamente disparara un arma que portaba (*El Universal*, 10/3/18)

2.4. Construcciones apositivas

En el cuarto y último grupo de expresiones lingüísticas con referente humano, el de las construcciones apositivas, el porcentaje es solo del 7,0%, y es aún más bajo en el corpus de Vande Castele (2009: 1053), ya que no supera el 3,0%. Este dato no puede extrañar si nos fijamos en las ocurrencias que presenta el periódico español. Así, en *El País*, son 4 los ejemplos

localizados. En realidad, se observa una gran variabilidad en este apartado: desde 2 casos en *El Universal* a 15 en *El Espectador* o 12 en *Clarín*.

En este punto no se han considerado separadamente las construcciones apositivas unimembres de las bimembres (Martínez, 1994: 183), dada su escasa presencia. Estos son algunos ejemplos:

- (13) *La actriz porno Stormy Daniels* dijo que fue amenazada para silenciar su presunta relación con Donald Trump (*Clarín*, 18/3/18)
- (14) *Exgobernador Hugo Aguilar* afrontará juicio en libertad (*El Espectador*, 24/3/18)
- (15) *Stephen Hawking, famoso físico británico*, murió a los 76 años (*El Comercio*, 27/2/18)

La escasez de ejemplos dentro de este apartado se explica por el requisito de brevedad que deben cumplir los títulos periodísticos (Vande Castele, 2009: 1052).

3. Funcionamiento discursivo del título y del subtítulo

En este último apartado examinamos 396 expresiones lingüísticas con referente humano en los subtítulos con la particularidad de que este ya ha sido anunciado en el título. En la tabla siguiente se ofrecen los resultados de dicho análisis.

Tipo de expresión referencial	España <i>El País</i>	México <i>El Universal</i>	Argentina <i>Clarín</i>	Perú <i>El Comercio</i>	Colombia <i>El Espectador</i>	Nº de ocurrencias
Nombre Propio	14	15	22	26	17	94 (23,8%)
Sintagma definido	53	41	33	43	39	209 (52,8%)
Sintagma indefinido	---	5	1	3	5	14 (3,5%)
Construcciones apositivas	8	22	13	23	13	79 (19,9%)

Tabla 2. Distribución de las expresiones lingüísticas con referente humano en los subtítulos

Se observa un incremento de sintagmas definidos y de construcciones apositivas en los subtítulos, al tiempo que disminuye el porcentaje relativo al empleo de nombres propios y de sintagmas indefinidos, en consonancia nuevamente con lo apuntado por Vande Castele (2009: 1053).

Resulta interesante analizar la combinatoria de estas expresiones en el título y subtítulo de la misma noticia con el fin de poner de manifiesto las estrategias comunicativas más frecuentes a la hora de componer el titular. Las combinaciones siguientes, que son las más recurrentes en nuestro corpus, cumplen con la variación léxica que recomiendan generalmente las normas de estilo de los periódicos.

- Nombre propio – sintagma definido
(16) *Sebastián Piñera* asume segundo mandato en Chile, con foco en la economía (título)
El multimillonario conservador fue el vencedor de la segunda vuelta en diciembre ante el oficialista Alejandro Guiller con la promesa de gobernar para las clases medias (*El Espectador*, 12/3/18)
- Sintagma definido – nombre propio
(17) *Presidente del Poder Judicial*: “Estoy a favor de la igualdad de género” (título)
Duberlí Rodríguez dijo que jueces de la sala que resolverán el caso [...] deberían tomar decisiones “dentro del respeto a la igualdad de género” (*El Comercio*, 10/3/18)
- Sintagma indefinido – nombre propio:

(18) En Estados Unidos. Murió *un acróbata de Cirque du Soleil* al caer desde 4 metros durante una representación en vivo (título)

Yann Arnaud, que trabajaba desde hace 15 años en la compañía, perdió el agarre de una correa durante un show en Florida (*Clarín*, 24/3/18)

- Construcción apositiva – sintagma definido

(19) *Margarita Zavala, candidata a la presidencia de México*, renuncia a financiamiento público (título)

La aspirante independiente afirmó que el dinero es el responsable del distanciamiento entre los ciudadanos y los políticos (*El Espectador*, 11/3/18)

Al margen de estas construcciones mayoritarias, consideramos adecuado dedicar un espacio a aquellas estructuras menos frecuentes. Se trata de casos excepcionales donde se puede observar que el sintagma indefinido del título es retomado nuevamente en el subtítulo:

(20) *Una jueza* decidirá si Donald Trump puede bloquear a sus críticos en Twitter

Siete tuiteros demandaron al presidente estadounidense por “bloquearlos” en la red social, y ahora *una jueza* deberá decidir si el mandatario debe desbloquearlos (*Clarín*, 9/3/18)

En definitiva, la estrategia comunicativa más frecuente para referir a una misma persona en el titular periodístico es nombrarla primero mediante un nombre propio en el título para después precisar alguna de sus características en un sintagma definido colocado en el subtítulo. Como ya se ha adelantado, la contribución que estos sintagmas realizan no se reduce a guiar al lector de la noticia en la recuperación de la representación mental de un individuo concreto sino que con frecuencia orientan y obligan a centrar la atención en la propiedad que la descripción destaca. Así, las descripciones definidas, como ha demostrado Barranco Flores (2017), se convierten en mecanismo a los que puede recurrir el periodista para condicionar de forma más o menos solapada la interpretación de la noticia.

4. Conclusiones

Partiendo de la idea de que la elección del periodista por cualquiera de las expresiones lingüísticas para indicar referente humano está motivada por sus suposiciones acerca de los recursos cognitivos y contextuales del potencial lector de la noticia, se observa que los títulos de los artículos periodísticos informativos se distinguen por una importante presencia de nombres propios. En menor medida, se usan los sintagmas definidos, seguidos de los sintagmas indefinidos. Las expresiones menos frecuentes son aquellas que comportan alguna predicación sobre el referente humano en cuestión en la forma de una construcción apositiva. Sin embargo, en los subtítulos en los que se repite el mismo referente humano anunciado en el título, hay un aumento considerable de sintagmas definidos y de construcciones apositivas, lo que permite afirmar que en los subtítulos aparecen, por lo general, construcciones más extensas en las que tienen cabida más elementos descriptivos.

En cuanto a las posibilidades combinatorias de dichas expresiones, se observa la búsqueda de la variación expresiva en las dos partes del titular analizadas. Es decir, hay una tendencia en los subtítulos a determinar, bajo otra fórmula, el referente anunciado en el título, si bien la construcción más habitual es aquella en la que el título introduce o presenta una entidad mediante un nombre propio mientras que en el subtítulo se recupera mediante un contenido descriptivo que induce, en ocasiones, a interpretar el enunciado de una determinada manera. Al final, se comprueba que el titular periodístico se construye llevando al límite la tensión entre economía e informatividad.

Referencias bibliográficas

Ariel, M. (1990). *Accessing noun phrase antecedents*. London: Routledge.

- Barranco Flores, N. (2017). “Las descripciones definidas y la orientación de la interpretación en los titulares de prensa”. *Tonos digital*, 32. Publicado en: <<http://hdl.handle.net/10201/51708>>
- Figueras, C. (2002). “La jerarquía de accesibilidad de las expresiones referenciales en español”. *Revista española de lingüística*, 32, fasc. 1, 53-96.
- Martínez, J. A. (1994). “Las construcciones apositivas en español”. En J. A. Martínez (ed.) *Cuestiones marginadas de gramática española*. Madrid: Istmo, 173-224.
- Vande Casteele, A. (2009). “El papel comunicativo de las expresiones nominales con referente humano en los titulares de artículos periodísticos”. En P. Cantos Gómez y A. Sánchez Pérez (eds.) *A survey of corpus-based research*, 1045-1055. Publicado en: <<http://www.es/lacell/a>>.