



# Discurso & Sociedad

Copyright © 2020

ISSN 1887-4606

Vol. 14(1) 7-29

[www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)

---

*Artículo*

---

**El concepto de modelo mental y su  
influencia en los marcadores de compromiso  
de artículos de opinión en español  
peninsular e inglés británico**

*The concept of mental model and its influence  
in the engagement resources of opinion articles in  
Peninsular Spanish and British English*

*Francisco M. Ivorra*

Universitat de Valencia

## Resumen

*El objetivo de este estudio es analizar en qué medida el concepto de “modelo mental” (van Dijk, 2006; 2008) impacta en los marcadores de compromiso (Martin y White, 2005) de artículos de opinión procedentes de periódicos de España y del Reino Unido. El corpus empleado en nuestro estudio comprende 80 artículos extraídos de los periódicos digitales El País, El Mundo, The Guardian y The Telegraph durante los años 2016-2017. En este sentido, 20 artículos de opinión se han seleccionado de cada periódico y cubren principalmente temas políticos y sociales. Para llevar a cabo nuestro análisis, seguimos un método cuantitativo por medio de la aplicación de software Sketch Engine (2003). De igual modo, con el fin de determinar la función de determinados marcadores, se lleva a cabo un análisis de naturaleza observacional. Los resultados revelan que los marcadores de compromiso de los que hacen uso los comentaristas en los artículos de opinión de cada uno de los periódicos seleccionados parecen reflejar constructos mentales, especialmente sensitivos a la orientación sociopolítica y/o sociocultural del medio de publicación, así como también podrían responder a las convenciones de este género periodístico en particular.*

**Palabras clave:** Artículo de opinión, marcadores de compromiso, variación lingüística, español peninsular, inglés británico.

## Abstract

*This study aims at analysing how the concept of “mental model” (van Dijk, 2006; 2008) impacts on the engagement markers (Martin y White, 2005) of opinion articles from Peninsular-Spanish and British-English newspapers. The corpora consist of 80 opinion articles from the digital newspapers El País, El Mundo, The Guardian and The Telegraph from 2016 to 2017. In this vein, 20 articles from each newspaper are selected and mainly cover political and social news. In our study, we follow a quantitative analysis by means of the software application Sketch Engine (2003). We also follow an observational analysis in order to determine the function of certain engagement markers. The findings reveal that the engagement markers columnists make use of in the opinion articles appear to show mental constructs, especially sensitive towards the sociocultural and/or sociopolitical orientation of the medium of publication as well as towards the conventions of this particular journalistic genre.*

**Keywords:** Opinion article, engagement markers, linguistic variation, Peninsular Spanish, British English.

## Introducción

El objetivo de este estudio es explorar en qué medida el concepto de “modelo mental” (van Dijk, 2006; 2008) influye en el lenguaje evaluativo y, por ende, persuasivo, de un subgénero periodístico como es el artículo de opinión de periódicos digitales de España y del Reino Unido. Concretamente, tomamos como modelo de análisis la Teoría de la Evaluación (Martin, 2000; White, 2003; White, 2004; Martin y White, 2005) y, en particular, los recursos lingüísticos de compromiso.

La Teoría de la Evaluación, denominada en inglés *Appraisal Theory*, guarda relación con los recursos lingüísticos por medio de los cuales se expresa la evaluación y la actitud en el lenguaje (Bakhtín, 1981, 1982, 1999; Hunston y Thompson, 2000; Martin y Rose, 2003; White, 2003; Martin y White, 2005; Hood y Martin, 2005; Kaplan, 2007; Marín-Arrese, 2009; Cornillie, 2010; González-Rodríguez, 2011; González-Rodríguez y Hernández-Hernández, 2012; entre otros). Esta teoría tiene su origen en la Escuela de Sídney (Martin, 2000; Martin y Rose, 2003; White, 2003; Martin y White, 2005), a partir del modelo teórico de la lingüística sistémico funcional de Halliday (1994, 2004). El pilar fundamental en el que se sustenta esta teoría es que el propio lenguaje permite a sus usuarios elegir determinadas categorías semánticas y recursos de valoración, ayudándoles a negociar y mantener relaciones con otros usuarios, así como expresar juicios y emociones, e incluso adaptar determinadas posiciones y hacer evaluaciones sobre lo que sus enunciados emiten. Dicho de otro modo y, siguiendo a White (2003), es a través del lenguaje como se expresa lingüística y discursivamente la actitud.

Los marcadores de compromiso son una de las dimensiones semánticas que, junto con la actitud y la gradación, sustentan la Teoría de la Evaluación. Los marcadores de compromiso hacen referencia al conjunto de recursos mediante los cuales los usuarios del lenguaje entran en diálogo con las múltiples voces que inevitablemente permean sus textos, aceptándolas, rebatiéndolas, retomándolas o distanciándose de ellas.

Tomando como referencia dicha teoría, las preguntas de investigación a las que queremos dar respuesta en este estudio son las siguientes:

- a) ¿Existen diferencias y similitudes en el uso de los recursos de compromiso en artículos de opinión procedentes de periódicos digitales de España y del Reino Unido?

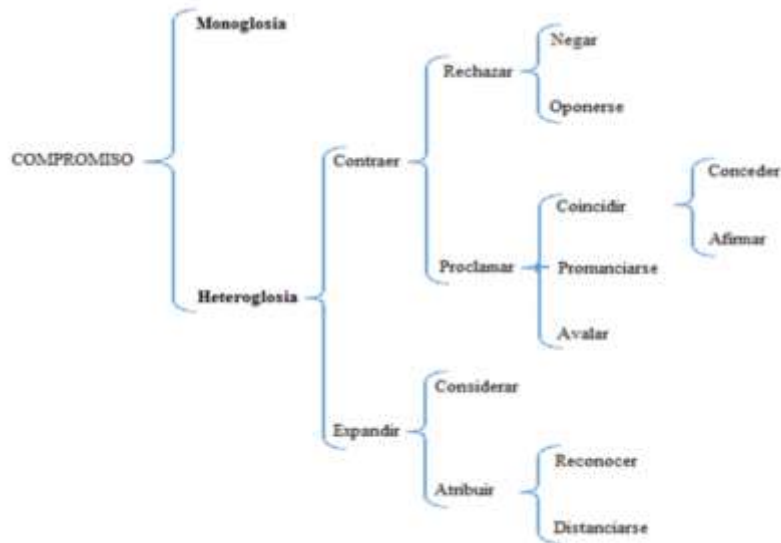
- b) ¿A qué tipo de “modelo mental” (e.g. sociocultural/sociopolítico) podría afectar el uso concreto de unos recursos de compromiso en cada uno de los corpora analizados?

### **Marco teórico**

Siguiendo a González-Rodríguez (2016), la Teoría de la Evaluación está íntimamente ligada a la subjetividad y la modalidad discursiva. Por tanto, esta teoría permite demostrar cómo se construyen las identidades y las ideologías, y cómo se expresan verbalmente los sentimientos, las creencias, las percepciones sociales y los valores. Uno de los objetivos básicos de esta teoría es presentar los recursos lingüísticos que pueden ser usados para valorar la experiencia social. En este sentido, el lenguaje constituye roles sociales y estos operan retóricamente y generan un efecto persuasivo en las creencias, actitudes, expectativas y maneras de mantener relaciones sociales (White, 2003: 259).

De acuerdo con Martin y White (2005), los recursos evaluativos se dividen en tres dominios semánticos principales: a) la actitud, b) el compromiso y c) la gradación. De estos tres dominios, nuestra investigación se centra en los marcadores lingüísticos de compromiso o interpersonales, a saber, aquellos recursos que se emplean para posicionar la voz del autor en relación con las diversas proposiciones y propuestas comunicadas por un texto en artículos de opinión pertenecientes a la sociedad española y británica. Como se refleja en la figura 1, a través de estos recursos el emisor reconoce o ignora la diversidad de puntos de vista que sus afirmaciones ponen en juego, y que negocian un espacio interpersonal para sus propias posiciones dentro de esa diversidad (White, 2003).

Figura 1. Taxonomía de los marcadores de compromiso (Martin y White, 2005)



Como puede observarse, los marcadores de compromiso se subdividen en dos categorías principales: a) *monoglosia* y b) *heteroglosia* (White, 2003). En la primera de ellas no se reconocen posiciones alternativas en relación a evaluaciones determinadas en el discurso. En este sentido, los enunciados monoglósicos son muy similares a las aseveraciones declarativas absolutas. La heteroglosia, por el contrario, se refleja en el discurso por medio de cláusulas mentales y verbales proyectadas, o a través de la incorporación de voces adicionales mediante la modalidad (Halliday 1994, 2004).

Siguiendo a Halliday, la modalidad, así como la polaridad, reconoce voces alternativas en torno a una recomendación, sugerencia o afirmación. Sin embargo, ambos conceptos son diferentes. La modalidad abre un espacio dialógico en el que opiniones divergentes pueden girar en torno a un mismo asunto. La polaridad, por el contrario, toma esas voces y con posterioridad las niega (Halliday, 1994).

Dentro de la categoría de heteroglosia se distinguen dos tipos de marcadores: a) *los marcadores de extravocalización* y b) *los marcadores de intravocalización*. Mientras que en los primeros, fuentes de voces externas se introducen en el texto, en los segundos es la voz interna del autor o del

hablante la que asume la responsabilidad de los enunciados emitidos. Asimismo, White (2003, 2004) señala que el grado de compromiso heteroglósico puede variar. Por un lado, se encuentran los recursos de *expansión dialógica*, que ubican a la voz textual en una posición de apertura hacia otras voces y posturas alternativas, señalándolas como posibles, probables o autorizadas; y los recursos de *contracción dialógica*, por el contrario, funcionan para rechazar, confrontar o contradecir esas alternativas reales o potenciales. Los recursos de contracción dialógica se subdividen, por una parte, en la *refutación* o el rechazo directo, y, por otra, en la contradicción de la posición dialógica opuesta. A su vez, esta categoría se subdivide en la *negación*, que actúa para invocar o activar la alternativa positiva, y la *contraexpectativa*, que incluye todo tipo de oraciones concesivas o adversativas.

La *proclamación* es otra de las categorías de contracción dialógica, utilizada cuando la voz del autor señala lo fuertemente involucrado que está con el punto de vista que emite. La proclamación se subdivide, a su vez, en los recursos de *coincidencia*, *pronunciamento* y *respaldo*. En los recursos de coincidencia, los hablantes o autores representan la proposición o propuesta como irrefutable, ya que coincide con lo que se conoce o se cree generalmente. Retóricamente, estos recursos permiten un acercamiento entre el autor y el lector. A través del pronunciamento, se presentan formulaciones mediante las cuales los emisores se introducen directamente en el texto como fuente explícitamente responsable del enunciado. En este caso, el pronunciamento puede tomar la forma de una interpolación o intervención explícita del hablante. Por último, el respaldo es un recurso de extravocalización que representa el apoyo del hablante o autor a la veracidad o validez del enunciado atribuido.

White (2003) divide los recursos de *expansión dialógica* en dos subcategorías: a) *consideración* y b) *atribución*. La primera de ellas incluye formulaciones que evocan alternativas dialógicas (e.g. deducción, evidencia, probabilidad), así como también cierto tipo de preguntas retóricas. La segunda hace referencia al discurso atribuido y se subdivide, a su vez, en los recursos de reconocimiento (se reproducen las palabras de voces externas por medio de verbos neutros como “decir”, “preguntar”, etc.) y distanciamiento, con los cuales la voz textual se aleja de la proposición referida (e.g. verbos como “alegar”, “aducir”).

En palabras del propio White (2000), la Teoría de la Valoración nos sitúa en el nivel semántico del discurso y por medio de dichos recursos

semánticos los hablantes podemos negociar nuestras emociones, juicios y valoraciones, los cuales pueden ser susceptibles de variación según nuestros valores ideológicos y culturales.

La Teoría de la Valoración analiza la retórica en los textos, es decir, cómo se construyen, no únicamente para persuadir explícitamente, sino también para influir indirectamente y hacer parecer naturales las creencias y los supuestos (González-Rodríguez, 2006). Por medio de los marcadores de compromiso, el hablante/escritor se posiciona en relación con las diversas proposiciones y propuestas comunicadas por un texto, y con los significados por medio de los cuales reconoce o ignora la diversidad de puntos de vista que sus emisiones ponen en juego y por medio de las cuales negocia un espacio interpersonal para sus propias posiciones dentro de esa diversidad.

Los trabajos que se han llevado a cabo desde la perspectiva de la Teoría de la Valoración son abundantes en la literatura. Abarcan textos narrativos (Martin y Plum, 1997; Macken-Horank, 2003; Page, 2003; Shiro, 2001; 2003), discurso mediático (Bolívar, 1997; Achugar, 2004; Kaplan, 2007), discurso científico-académico (Hood, 2004; Hood y Martin, 2005; Gallardo y Ferrari, 2006; Bolívar, 2006) y estudios en el análisis del discurso (desde géneros orales como la conversación y el *storytelling*, hasta géneros escritos como el artículo de investigación y periodístico).

Los estudios contrastivos en el uso del lenguaje evaluativo en inglés y español en diferentes géneros son también abundantes en la literatura (Alba-Juez y Martínez-Cano, 2011; Carretero y Taboada, 2014; Wislocka, 2014; Carretero y Taboada, 2015; Alsina, Espunya y Wirf, 2017). Sin embargo, parecen ser más escasos los estudios que exploran las diferencias y similitudes de los marcadores de compromiso según el contexto sociopolítico y sociocultural del medio de publicación, con la excepción del trabajo que llevan a cabo Marín-Arrese y Núñez-Perrucha (2006). Del mismo modo, en el presente artículo tomamos el concepto de “modelo mental” acuñado por van Dijk (2006; 2008), es decir, cómo el uso concreto de unos marcadores de compromiso en artículos de opinión de prensa digital puede reflejar constructos mentales que pueden ser especialmente sensitivos a la variación sociocultural, sociopolítica o de género discursivo.

## Corpus y metodología

El corpus que hemos seleccionado para esta investigación consiste en 80 artículos de opinión extraídos de periódicos digitales más importantes por audiencia en España y en el Reino Unido. De España, seleccionamos *El País* ([www.elpais.es](http://www.elpais.es)) y *El Mundo* ([www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)), y del Reino Unido decidimos elegir *The Guardian* ([www.theguardian.com](http://www.theguardian.com)) y *The Telegraph* ([www.thetelegraph.co.uk](http://www.thetelegraph.co.uk)).

El proceso de selección de los artículos de opinión que configuran la muestra de nuestro estudio se llevó a cabo teniendo en cuenta el objetivo y las preguntas de investigación a las que queremos dar respuesta en esta investigación. Con tal fin, se seleccionaron 20 artículos de cada periódico que aborasen temas de naturaleza social y política y, a su vez, fueran de interés tanto a nivel nacional de España y del Reino Unido como a nivel mundial durante los años 2016 y 2017, período de tiempo en que fue recopilada la muestra. Entre algunos de dichos temas podemos mencionar la salida del Reino Unido de Europa (Brexit), la entrada en el poder de Donald Trump en EEUU, los atentados islamistas, el movimiento de independencia de Cataluña, el problema de inmigración en España, entre otros. Además de ello, la razón por la cual hemos optado por seleccionar estos cuatro periódicos en concreto se debe al hecho de que pertenecen a distintas sociedades y tendencias políticas, lo cual es clave para el análisis contrastivo que vertebra nuestro estudio. En este sentido, *El País* y *The Guardian* se han asociado tradicionalmente con una ideología política de tendencia más progresista. Por el contrario, *El Mundo* y *The Telegraph* siempre han estado vinculados con una orientación política más conservadora.

La metodología que seguimos en nuestro análisis es de naturaleza cuantitativa, a saber, hemos analizado las frecuencias absolutas encontradas en cada una de las categorías y subcategorías lingüísticas de compromiso y lo hemos hecho por medio de la aplicación de software *Sketch Engine* (2003), en concreto, a través de la herramienta de análisis de frecuencias y listas de palabras. Asimismo, en nuestro estudio ha sido necesario un análisis observacional con el fin de explorar, más en profundidad, algunas de las funciones de los recursos de compromiso, en particular el cotexto en que estos últimos aparecen. Como ya mencionamos en párrafos previos de este estudio, para nuestro análisis nos basamos en el modelo taxonómico de marcadores de compromiso que establecen Martin y White (2005) y al cual hemos hecho referencia en el marco teórico.



Creemos importante subrayar que los cuatro corpora seleccionados para nuestro estudio difieren en la longitud total del número de palabras y, de igual modo, la extensión de los artículos de opinión procedentes de cada uno de los periódicos tampoco es la misma. Por tanto, las frecuencias absolutas encontradas en cada uno de los recursos de compromiso de cada corpus se han dividido por el número total de palabras incluido en dicho corpus y después multiplicadas por 1.000 palabras, que es el procedimiento que se suele seguir con el fin de estandarizar o normalizar muestras de diferente tamaño. La siguiente tabla refleja el número total de palabras de los 20 artículos correspondientes a cada periódico, así como el número medio aproximado de palabras por artículo de opinión en cada periódico:

Tabla 1. Número total de palabras de artículos por periódico y número medio aproximado de palabras de los artículos en cada periódico

	<i>The Guardian</i>	<i>The Telegraph</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>
Número total de palabras	19.867	22.096	9.071	9.604
Número medio aproximado de palabras por artículo de opinión	600-1.700	600-1.700	300-600	300-600

## Resultados

Como se observa en la tabla 2 que reproducimos a continuación, un análisis cuantitativo genérico, sin adentrarnos en cada una de las subcategorías que se establecen en el modelo de Martin y White (2005), revela que la frecuencia en el uso de recursos dirigidos a contraer el espacio dialógico es mucho mayor que los recursos de expansión. Estos resultados podrían tener su razón de ser en el hecho de que la contracción dialógica formaría parte de las convenciones genéricas y discursivas del artículo de opinión. A pesar de ello, es importante señalar que los artículos procedentes de los dos periódicos británicos analizados incluyen una frecuencia más alta en el uso de marcadores de expansión dialógica que sus correspondientes periódicos españoles, quizás porque en la cultura británica exista una mayor predisposición por parte de los comentaristas en abrir el espacio dialógico entre las opiniones vertidas por

estos últimos y las de sus lectores potenciales. Este hecho también podría obedecer a que el Reino Unido se caracteriza por ser una cultura donde sus hablantes, a nivel colectivo, valoran una cortesía lingüística de tipo “negativo” (Brown y Levinson, 1987; Scollon y Scollon, 1995) en la que se valora la autonomía, la deferencia y la no imposición. Del mismo modo, también se puede observar que, desde una perspectiva sociopolítica, los recursos de expansión son más frecuentes en los artículos de opinión incluidos en periódicos con una orientación sociopolítica más de izquierdas, como es el caso de *The Guardian* y de *El País*.

Tabla 2. Frecuencias generales en el uso de marcadores de contracción y expansión dialógica en el corpus analizado

Número total de marcadores de compromiso	<i>The Guardian</i> n/19.867	<i>The Telegraph</i> n/22.096	<i>El País</i> n/9.071	<i>El Mundo</i> n/9.604
Marcadores de contracción dialógica	1.139/57,3	2.098/94,9	1.031/113,6	632/65,8
Marcadores de expansión dialógica	589/29,6	530/23,9	151/16,6	96/9,99

Continuando con un análisis más pormenorizado de las distintas subcategorías de marcadores de compromiso incluidos en el modelo de Martin y White (2005), podemos apreciar que, en lo que concierne a enunciados monoglósicos, la frecuencia en el uso de aseveraciones declarativas resulta ser significativa en los artículos de opinión de estos cuatro periódicos y las diferencias encontradas en dichas frecuencias son mínimas. Estos resultados podrían hacernos pensar que este tipo de aseveraciones declarativas formarían parte de las convenciones de este género periodístico, por medio del cual los comentaristas deben expesar abiertamente su punto de vista acerca del asunto que están tratando. No obstante, desde un punto de vista sociopolítico, hallamos una pequeña diferencia, ya que los artículos incluidos en *The Guardian* y en *El País*, ambos con una tendencia sociopolítica más de izquierdas, presentan frecuencias ligeramente más altas en el uso de esta categoría monoglósica:

Tabla 3. Monoglosia. Frecuencias en el uso de aseveraciones declarativas

Monoglosia: Aseveraciones declarativas	<i>The Guardian</i> n/19.867	<i>The Telegraph</i> n/22.096	<i>El País</i> n/9.701	<i>El Mundo</i> n/9.604
Frecuencias	743/37,3	735/33,2	335/39,1	308/32,0

A continuación, ofrecemos algunos ejemplos extraídos de los periódicos seleccionados, donde se puede ver el uso de este tipo de aseveraciones declarativas:

(1) Llamar así al conjunto de los ciudadanos no es pecado, es una licencia poética, o sea, dudosa retórica (*El País* 27 de noviembre 2017).

(2) Donald Trump is not what he seems. The supposed master of media manipulation stumbled so often at his first press conference, it is hard to recall why anyone thought the TV star was good at this stuff in the first place (*The Guardian* 11 de enero 2017) [Donald Trump no es lo que parece. El supuesto maestro de la manipulación de los medios de comunicación tropezó tan a menudo en su primera conferencia de prensa, que es difícil recordar por qué alguien pensó que a la estrella de televisión se le daban bien estas cosas en primer lugar].

En lo que respecta a los marcadores que contraen la diversidad dialógica, los artículos de opinión procedentes de periódicos como *The Guardian* y *El Mundo*, ambos de culturas e ideologías políticas distintas, incluyen la categoría de refutación/negación con frecuencias ligeramente más elevadas que los artículos extraídos de *The Telegraph* y de *El País*. En este sentido, estos resultados inducen a pensar que, en lo que respecta a esta subcategoría, los comentaristas de cada una de estas sociedades podrían tener sus preferencias hacia un uso determinado de marcadores de compromiso, con independencia de la procedencia sociocultural o la tendencia sociopolítica del medio de publicación.

Tabla 4. Heteroglosia. Contracción dialógica. Frecuencias en el uso de la categoría de refutación/negación

Heteroglosia Contracción dialógica Refutación/Negación	<i>The Guardian</i> n/19.867	<i>The Telegraph</i> n/22.096	<i>El País</i> n/9.701	<i>El Mundo</i> n/9.604
Frecuencias	181/9,1	188/8,5	57/6,28	76/7,9

Véanse, seguidamente, algunos ejemplos extraídos del corpus analizado:

(3) No se trata de imitar el estilo de comunicación de los secesionistas. (*El Mundo* 13 de marzo 2017).

(4) The endorsement of celebrities, scientists, even the Queen, will make no real difference to the EU debate (*The Telegraph* 10 de marzo 2016) [El respaldo de celebridades, científicos, incluso la Reina, no marcará ninguna diferencia en el debate de la UE].

En lo que concierne a las frecuencias obtenidas de la categoría refutación/contraexpectativa, los resultados revelan que las frecuencias en el uso de esta subcategoría son más elevadas en artículos de opinión de periódicos con una orientación ideológica más progresista, como es el caso de *The Guardian* y de *El País*, si se comparan con las frecuencias obtenidas en los artículos correspondientes a periódicos de tendencia más conservadora como son *The Telegraph* y *El Mundo*. Ello parece mostrar que, en lo que concierne a esta subcategoría, la tendencia sociopolítica del medio de publicación tiene cierta influencia:

Tabla 5. Heteroglosia. Contracción dialógica. Frecuencias en el uso de la categoría de refutación/contraexpectativa

Heteroglosia	<i>The</i>	<i>The</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>
Contracción dialógica	<i>Guardian</i>	<i>Telegraph</i>	n/9.701	n/9.604
Refutación/Contraexpectativa	n/19.867	n/22.096		
Frecuencias	241/12,1	228/10,3	164/18,0	94/9,78

Algunos ejemplos servirán para ilustrar lo dicho:

(5) A veces el error es risible, pero otras puede resultar peligroso, letal (*El País* 25 de noviembre 2017).

(6) Although 53% of Ukip voters expect Trump to be an above average or great president, the most commonly selected word associated with him is still dangerous (26%), followed by intelligent (24%) (*The Guardian* 4 de febrero 2017) [Aunque el 53% de los votantes de Ukip esperan que Trump sea un presidente por encima del promedio o un gran presidente, la palabra más comúnmente seleccionada asociada con él sigue siendo peligrosa (26%), seguida de inteligente (24%)].

En cuanto a los marcadores de proclamación y, más concretamente, los de coincidencia, los resultados que se desprenden de nuestro análisis indican que

los artículos de opinión extraídos tanto de *The Guardian* como de *El País*, presentan frecuencias más altas en el uso de esta subcategoría que los incluidos en *The Telegraph* y *El Mundo*, indicando, una vez más, una influencia sociopolítica clara:

Tabla 6. Heteroglosia. Contracción dialógica. Frecuencias en el uso de la categoría de proclamación/coincidencia

Heteroglosia	<i>The Guardian</i>	<i>The Telegraph</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>
Contracción dialógica	n/19.867	n/22.096	n/9.701	n/9.604
Proclamación/coincidencia				
Frecuencias	144/7,24	117/5,29	43/4,74	13/1,35

Veáanse los siguientes ejemplos en los que se refleja el uso de esta subcategoría:

(7) El objetivo era, naturalmente, denunciar prácticas irregulares en cuanto apareciesen, ya que uno de los lemas del PP es que las víctimas de la corrupción son ellos (*El País* 28 de junio 2017).

(8) The more details that emerge from Team Trump, the worse Trump looks. Of course, the Russian dossier couldn't be true, said the president-elect (*The Guardian* 11 de enero 2017) [Cuantos más detalles surjan del equipo de Trump, peor visto es este último. Por supuesto, el expediente ruso no podía ser cierto, dijo el presidente electo].

En el caso de los marcadores de proclamación y, más específicamente, los de pronunciamiento, las principales diferencias halladas en los cuatro corpora parecen responder al hecho de que, en cada sociedad, sus comentaristas optan por unos determinados recursos y no otros, independientemente de la procedencia cultural y tendencia política que sustente al medio de prensa. Así pues, los artículos de opinión de *The Telegraph* incluyen una frecuencia más alta en el uso de esta categoría de proclamación. Sin embargo, en el caso de España, es en *El País* donde se hace un mayor uso de esta misma categoría.

En esta misma línea, consideramos importante mencionar que mientras en *The Guardian* se observa una frecuencia más elevada en el uso de pronombres de primera persona de plural que de singular, en *The Telegraph* la diferencia entre un tipo de pronombre u otro no es tan significativa, a pesar de que los pronombres en plural prevalecen. En lo que respecta al corpus del español, en los artículos de opinión de *El País* y de *El Mundo* la frecuencia en el uso de pronombres en primera persona de plural es más elevada que en los

de singular; no obstante, un uso más equilibrado de ambos tipos de pronombres parece incluirse en los artículos de *El Mundo*. Podría deducirse que el uso de pronombres en primera persona del plural es una de las características convencionales de este género, en particular para fomentar un tipo de solidaridad entre el comentarista y sus lectores potenciales, contrayendo, de este modo, el espacio dialógico. No obstante, los resultados también parecen apuntar que los artículos de *The Telegraph* y de *El País*, ambos de diferentes culturas y tendencias políticas, incluyen pronombres en primera persona del singular.

Tabla 7. Heteroglosia. Contracción dialógica. Frecuencias en el uso de la categoría de proclamación/pronunciamento

Heteroglosia Contracción dialógica Proclamación/pronunciamento	<i>The Guardian</i> n/19.867	<i>The Telegraph</i> n/22.096	<i>El País</i> n/9.701	<i>El Mundo</i> n/9.604
Frecuencias	549/27,6	821/37,1	403/44,4	140/14,5

Tabla 8. Heteroglosia. Contracción dialógica. Frecuencias en el uso de la categoría de proclamación/pronunciamento/pronombres personales en singular y plural

Heteroglosia Contracción dialógica Proclamación/ pronunciamento	<i>The Guardian</i> n/19.867	<i>The Telegraph</i> n/22.096	<i>El País</i> n/9.701	<i>El Mundo</i> n/9.604
Frecuencias	Pronombres en 1ª persona del plural 143/1,79  Pronombres en 1ª persona del singular 80/1,00	Pronombres en 1ª persona del plural 182/8,23  Pronombres en 1ª persona del singular 135/6,10	Pronombres en 1ª persona del plural 91/93,8  Pronombres en 1ª persona del singular 57/5,87	Pronombres en 1ª persona del plural 69/7,18  Pronombres en 1ª persona del singular 33/3,43

A continuación reflejamos algunos ejemplos extraídos de la muestra analizada:

(9) We are always told by those in thrall to him that much of what Trump says is metaphor (*The Guardian* 27 de enero 2017) [Siempre nos dicen, los que están a su merced, que gran parte de lo que dice Trump es metáfora].

(10) Hay que exigir más sinceridad en el lenguaje, porque nos ahogamos en mitad de frases hechas, datos falsos y argumentos irreflexivos (*El País* 26 de noviembre 2017).

(11) Our schools and hospitals simply cannot cope with the influx of migrants - that's why we must leave the EU (*The Telegraph* 1 de marzo 2016) [Nuestras escuelas y hospitales simplemente no pueden hacer frente a la afluencia de migrantes. Por eso, debemos abandonar la UE].

(12) Indeed, the first thought that came into my head when I heard of Mr Macron's delightful remarks was that ... (*The Telegraph* 5 de marzo 2016) [De hecho, el primer pensamiento que vino a mi cabeza cuando me enteré de los comentarios encantadores del Sr. Macron fue que ...].

(13) También se puede odiar a Ciudadanos por la enojosa juventud, la cursilería del coaching o el irreverente desdén hacia tradiciones tan nuestras como el cinismo o el enchufismo (*El Mundo* 25 de noviembre 2017).

En lo que concierne a los marcadores de proclamación/respaldo, las frecuencias halladas en el corpus analizado no son muy altas. A pesar de ello, se observa que los periódicos con una tendencia ideológica más de izquierdas tienden a presentar frecuencias ligeramente más altas, concretamente el británico *The Guardian*:

Tabla 9. Heteroglosia. Contracción dialógica. Frecuencias en el uso de la categoría de proclamación/respaldo

Heteroglosia	<i>The Guardian</i>	<i>The Telegraph</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>
Contracción dialógica	n/19.867	n/22.096	n/9.701	n/9.604
Proclamación/respaldo				
Frecuencias	19/0,5	5/0,22	9/0,99	1/0,10

Sirvan de ejemplo los siguientes enunciados extraídos de *The Guardian* y de *El País*:

(14) Leaving the European Union is exceptionally difficult assuming it is even possible, carries an undeniable cost, and plays ad hoc with the politics of the country attempting it – as the fiasco of Britain's snap election, on 8 June, amply demonstrates (*The Guardian* 15 de junio 2017) [Dejar la Unión Europea es excepcionalmente difícil suponiendo que sea posible, conlleva un coste innegable, y hace estragos en la política del país que lo intenta, como lo demuestra el fiasco de las elecciones instantáneas de Gran Bretaña el 8 de junio].

(15) Dice un anuncio difundido por la Iglesia española durante estos días para favorecer sus ingresos a través de la declaración de impuestos: “No puedes ser de dos equipos rivales. Pero en tu declaración de la renta sí puedes marcar las dos equis. La Iglesia y la de fines sociales”. He aquí una muestra más de que el lenguaje incluye silencios que obligan a extraer deducciones (*El País* 26 de junio de 2017).

En lo que a los marcadores de expansión dialógica difiere, los de consideración/evidencia-apariencia no presentan unas frecuencias muy altas en los corpora analizados. Sin embargo, los artículos de *The Guardian* y de *El País* incluyen frecuencias más elevadas en su uso. Dichas frecuencias sí tienden incrementarse en los marcadores de concesión-probabilidad. De este modo, *El País* y *The Guardian* presentan frecuencias más altas en su uso que *El Mundo* y *The Telegraph*. Finalmente, las frecuencias observadas en el uso de preguntas retóricas no son muy elevadas en ninguna de las muestras analizadas. Es en particular el británico *The Telegraph* el que hace un mayor uso de este tipo de preguntas que su opuesto en ideología política *The Guardian*. El caso de los artículos de opinión del corpus del español ofrece una panorámica distinta al británico, ya que es *El País* el que incluye más instancias de esta subcategoría, aunque las diferencias con respecto a *El Mundo* tampoco son muy significativas:

Tabla 10. Heteroglosia. Expansión dialógica. Frecuencias en el uso de la concesión-evidencia, concesión-probabilidad y concesión-preguntas retóricas

Heteroglosia Expansión dialógica	<i>The Guardian</i> n/19.867	<i>The Telegraph</i> n/22.096	<i>El País</i> n/9.701	<i>El Mundo</i> n/9.604
Concesión-evidencia	41/2,06	31/1,40	17/1,87	11/1,14
Concesión-probabilidad	327/16,4	281/12,7	79/8,70	38/3,95
Concesión-preguntas retóricas	47/2,36	58/2,62	14/1,54	12/1,24

Algunos ejemplos del corpora analizado pueden ayudar a demostrar lo dicho:

(16) Antes de mirar hacia puntos lejanos hay que mirar cerca, porque esta es una época llena de cosas muy importantes que están asombrosamente cerca y que parece que no tomamos en cuenta lo suficientemente (*El País* 26 de noviembre de 2017).

(17) The harsh reality of the two-year timetable for exit –which shrinks to 18 months if you allow time for ratifying any deal– appears to be dawning (*The Guardian* 12 de agosto 2017) [La dura realidad del calendario de dos años para la



salida, que se reduce a 18 meses si se da tiempo para ratificar cualquier acuerdo, parece estar amaneciendo].

(18) Las sensibilidades están demasiado a flor de piel y cualquier salida de tono podría derrumbar unos pactos que son frágiles (*El País* 29 de octubre 2017).

(19) If you transposed the workload, hyper-surveillance culture and ceaseless measurements of the teaching profession to the private sector, turnover would be astronomical (*The Guardian* 17 de septiembre 2017) [Si transpones la carga de trabajo, la cultura de hipervigilancia, y mediciones incesantes de la profesión docente al sector privado, el volumen de negocios sería astronómico].

(20) Pero, ¿dónde queda ese catalanismo no independentista y pactista que ha sido hegemónico durante estos últimos 30 años, ese catalanismo que se articulaba en torno a CiU? (*El País* 29 de octubre 2017).

(21) Why stay in the EU when its capital is also the capital of jihadism in Europe? (*The Telegraph* 22 de marzo 2016) [¿Por qué quedarse en la UE cuando su capital es también la capital del yihadismo en Europa?].

En relación con los marcadores de atribución/reconocimiento, el corpora británico incluye frecuencias más altas en el uso de estos recursos que el español. Ahora bien, la frecuencia resulta ser más pronunciada en artículos procedentes de *The Guardian* y de *El Mundo*, respondiendo a diferentes culturas y tendencias políticas. En lo concerniente a marcadores de distanciamiento, las frecuencias tienden a ser altas en el caso de *The Guardian* y, sorprendentemente, completamente nulas en los artículos de periódicos españoles.

Tabla 11. Heteroglosia. Expansión dialógica. Frecuencias en el uso de la atribución (reconocimiento/distanciamiento)

Heteroglosia Expansión dialógica	<i>The Guardian</i> n/19.867	<i>The Telegraph</i> n/22.096	<i>El País</i> n/9.701	<i>El Mundo</i> n/9.604
Atribución/reconocimiento	134/6,7	128/5,79	25/2,75	30/3,12
Atribución/distanciamiento	26/1,30	9/0,40	-	-

Véanse algunos ejemplos seguidamente:

(22) The aim, according to the President himself, is not other than to find “a new form of democratic authority” (*The Guardian* 4 de octubre 2017) [El objetivo, según el propio Presidente, no es otro que encontrar “una nueva forma de autoridad democrática”].

(23) El curtido concejal de Ahora Madrid ,Valiente, declaró hace un mes (*El Mundo* 4 abril de 2017).

## Discusión y conclusión

De un modo general, los marcadores de compromiso incluidos en los artículos de opinión de los periódicos de España y del Reino Unido analizados en nuestro estudio parecen compartir características similares que podrían responder a las convenciones de este subgénero periodístico. Este es el caso de los enunciados monoglósicos a través de enunciados aseverativos. Ello implica que en los artículos de opinión se tiende a ilustrar el punto de vista del escritor. De igual modo, el uso del pronombre personal de primera de persona del plural es otra de las estrategias que parecen también depender de las convenciones del género, con el fin de crear solidaridad entre los comentaristas y posibles lectores, y, de este modo, persuadirles e involucrarles en el discurso.

A pesar de que los artículos de los cuatro corpora analizados comparten dichas características, un análisis más profundo de cada una de las categorías y subcategorías que se incluyen en el modelo de Martin y White (2005) revela diferencias importantes que parecen ir más allá de las constricciones genéricas.

En primer lugar, los artículos de opinión extraídos de los periódicos británicos incluyen, de un modo general, más recursos de expansión dialógica que los extraídos de los periódicos españoles. Esto último podría deberse a que en la cultura británica los comentaristas valoran en mayor medida abrir el espacio dialógico entre las opiniones vertidas por estos últimos y las de sus lectores potenciales. En segundo lugar, los artículos de opinión procedentes de periódicos con una tendencia sociopolítica de izquierdas, como *The Guardian* y *El País*, incluyen una frecuencia más alta en recursos de expansión dialógica que sus opuestos de derechas, *The Telegraph* y *El Mundo*. Esto último se hace patente en los marcadores de evidencia y, más aún si cabe, en los marcadores de probabilidad, lo cual podría indicar que aquellos comentaristas que escriben artículos de opinión para periódicos con una tendencia sociopolítica más progresista intentan minimizar las opiniones y los puntos de vista que expresan. En tercer lugar, la tendencia sociopolítica del medio de publicación, tanto en la cultura española como en la británica, también parece tener cierto impacto en algunos marcadores de contracción dialógica. Tal es el caso de los marcadores de negación/contraexpectativa y de concesión, cuyas frecuencias

son más altas en artículos de opinión procedentes de periódicos de ideología de izquierdas como *The Guardian* y *El País*. Finalmente, esto mismo puede ser de aplicación a los marcadores de proclamación/respaldo, los cuales, a pesar de la frecuencia baja encontrada en los cuatro corpora analizados, son más representativos en artículos de opinión de periódicos de izquierdas como *The Guardian* y *El País*.

Los resultados hallados en nuestro análisis también han dado a conocer diferencias importantes que quizás irían más en conexión con las preferencias que los escritores de cada una de estas dos sociedades tienen con respecto al uso de unos marcadores de compromiso u otros, con independencia de la ideología sociopolítica que subyace al medio de publicación o el contexto sociocultural al que pertenecen. Por ejemplo, los artículos de *El Mundo* y de *The Guardian*, ambos de perspectivas sociopolíticas y socioculturales distintas, incluyen frecuencias más altas en el uso de la negación. Además, los artículos de *The Telegraph* y de *El País* incluyen un alto número de marcadores de pronunciamiento. Por ejemplo, esas diferencias pueden ser de aplicación al uso del pronombre personal de primera persona del singular en la categoría de pronunciamiento. En este caso, los artículos de *The Telegraph* y de *El País* incluyen un uso más equilibrado de pronombres en singular y plural.

En conclusión, los resultados que se desprenden de este estudio son meramente superficiales. A pesar de ello, parecen haber respondido, al menos de un modo inicial, a las preguntas de investigación planteadas al inicio de esta investigación. Los marcadores de compromiso de los que se hace uso en el subgénero periodístico del artículo de opinión tienden a diferir de acuerdo con modelos o constructos mentales potencialmente sensitivos, íntimamente ligados a la tendencia sociopolítica o sociocultural del medio de publicación, así como también a las preferencias que se tiene en cada cultura hacia el uso de unos marcadores de compromiso determinados con independencia de la ideología política del medio o su procedencia cultural. Además, algunos marcadores que comparten los cuatro corpora analizados también parecen ser dependientes de este género profesional en particular.

En lo que respecta a las enseñanzas de segundas lenguas, el presente estudio puede resultar de gran utilidad para el aprendizaje y enseñanza de géneros escritos profesionales en el aula de español e inglés como segundas lenguas/lenguas extranjeras. De hecho, el artículo de opinión suele ser un género profesional escrito que se enseña con frecuencia en las clases de lenguas de educación secundaria, bachillerato, así como en titulaciones

lingüísticas en la enseñanza superior. Dicho de otro modo, el/la discente no solo debería ser capaz de dominar la superestructura y la microestructura con un uso adecuado de los aspectos morfosintácticos y léxicos que dan forma a este género en la L2/LE, sino también dominar otros aspectos lingüísticos que operan a un nivel pragmático-discursivo del lenguaje. Este es el caso de los recursos de compromiso y en qué medida el efecto persuasivo de estos últimos puede ser susceptible de variación de acuerdo con constructos mentales íntimamente ligados a aspectos socioculturales y/o sociopolíticos. A pesar de ello, también debemos tener en cuenta las preferencias estilísticas particulares propias del comentarista en cuestión así como también las convenciones del género discursivo.

### Referencias

- Achugar, M. (2004).** The events and actors of September 11 2001 as seen from Uruguay: Analysis of daily newspaper editorials, en *Discurso y Sociedad*, 15(2-3), pp. 291-320.
- Alba-Juez, L. y Martínez-Caro, E. (2011).** “No wonder you’re in trouble!” The evaluative function as part of the hidden pragmatic meaning of certain expressions in English and Spanish, en *Rocky Mountain Review*, 65(2), pp. 188-207.
- Alsina, V., Espunya, A. y Wirf-Naro, M. (2017).** An appraisal theory approach to point of view in Mansfield Park and its translation, en *International Journal of Literary Linguistics*, 6(1), pp. 1-28.
- Bakhtín, M. (1981).** *The Dialogic Imagination: Four essays*. Austin, TX: Universidad de Texas.
- Bakhtín, M. (1982).** *Estética de la creación verbal*. (1ª ed.). México: Siglo XXI.
- Bakhtín, M. (1999).** *An Introduction to Functional Grammar*. (2ª ed.). Londres: Edward Arnold.
- Bolívar, A. (1997).** La negociación de la evaluación en editoriales de periódicos, en *Boletín de Filología* Tomo XXXVI, pp. 7-24.
- Bolívar, A. (2006).** La función de la evaluación en artículos y ensayos humanísticos, en J. Falk, J. Gille y F. Bermudez Wachtmeister (eds.), *Discurso, interacción e identidad*, pp. 109-136. Estocolmo: Universidad de Estocolmo.
- Brown, P. y Levinson, S. (1987).** *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Carretero, M. y Taboada, M. (2014).** Appraisal in English and Spanish consumer reviews of books and movies: a contrastive study of the expression of graduation within the scope of attitude, en G. Thompson y L. Alba-Juez (eds.), pp. 221-239. *Evaluation in Context*. Amsterdam: John Benjamins.
- Carretero, M. y Taboada, M. (2015).** The annotation of appraisal: how attitude and epistemic modality overlap in English and Spanish consumer reviews, en J. R. Zamorano (ed.), *Thinking Modally: English and Contrastive Studies on Modality*, pp. 249-70. Newcastle: Cambridge Scholars.
- Cornillie, B. (2010).** On conceptual semantics and discourse functions: The case of Spanish modal adverbs in informal conversation, en *Annual Review of Cognitive Linguistics*, 8 (2), pp. 300-320.
- Gallardo, S. y F. León. (2006).** Estudio diacrónico de la evaluación en las introducciones de artículos científicos de medicina, en *Revista Signos: Estudios de Lingüística*, 39(61), pp. 161-180.
- González-Rodríguez, M. J. (2011).** La expresión lingüística de la actitud en el género de opinión: el modelo de la valoración”, en *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 49(1), pp. 109-141.
- González-Rodríguez, M. J. y Hernández-Hernández, M. A. (2012).** La expresión lingüística de la actitud en el género de opinión: el modelo de la valoración, en *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, 65, pp. 47-66.
- González-Rodríguez, M. J. (2016).** El compromiso desde la teoría de la valoración: la prensa nacional británica como ilustración, en *Babel-Afial*, 25, pp. 89-117.
- Halliday, M. A. K. (1994).** *An Introduction to Functional Grammar*. (2ª ed.). Londres: Edward Arnold.
- Halliday, M. A. K. (2004).** *An Introduction to Functional Grammar*. (3a ed.). Londres: Edward Arnold.
- Hood, S. (2004).** *Appraising Research: Taking a Stance in Academic Writing*. Tesis doctoral. Sidney: Universidad de Sidney.
- Hood, S. y J. R. Martín (2005).** Invocación de actitudes: El juego de la gradación de la valoración en el discurso, en *Revista Signos*, 38(58), pp. 195-220.
- Hunston, S. y G. Thompson. (2000).** *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: Oxford University Press.

- Kaplan, N. (2007).** *La construcción discursiva del evento conflictivo en las noticias por televisión.* Tesis doctoral. Universidad Central de Venezuela.
- Macken-Horarik, M. (2003).** Appraisal and the special instructiveness of narrative, en *Text*, 23(2), pp. 285-312.
- Marín-Arrese, J. y Núñez-Perucha, B. (2006).** Evaluation and engagement in journalistic commentary and news reportage, en *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 19, pp. 225-248.
- Marín-Arrese, J. I. (2009).** Effective vs. epistemic stance, and subjectivity/ intersubjectivity in political discourse. A case study, en R. Palmer. T. y R. Facchinetti (eds.), *Studies on English modality. In Honour of Frank Palmer. Linguistic Insights, Studies in Language and Communication*, 111, pp. 23-52.
- Martin, J. R. (2000).** Beyond exchange: appraisal systems in English, en S. Hunston y G. Thompson (eds.), *Evaluation in text: Authorial stance and the construction of discourse*, pp. 142-175. Oxford: Oxford University Press.
- Martin, J. R. (2003).** Introduction. Negotiating heteroglossia: social perspectives on evaluation, en *Text*, 23(2), pp. 1-11.
- Martin, J. R. y G. Plum. (1997).** Construing experience: some story genres, en *Journal of Narrative and Life History*, 7.1-4, pp. 299-308.
- Martin, J. R. y D. Rose. (2003).** *Working with Discourse: Meaning beyond the Clause.* Londres: Continuum.
- Martin, J. R. y P. White. (2005).** *The Language of Evaluation: Appraisal in English.* Hampshire y Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Pagano, A. (1994).** Negatives in written text, en M. Coulthard (ed.), *Advances in Written Text Analysis*, pp. 250-265. Londres: Routledge.
- Page, R. E. (2003).** An analysis of appraisal in childbirth narratives with special consideration of gender and storytelling style, en *Text*, 23(2), pp. 211-237.
- Scollon, R. y Scollon, S.W. (1995).** *Intercultural Communication: A Discourse Approach.* Malden: Blackwell Publishing.
- Shiro, M. (2001).** Las habilidades evaluativas en dos tipos de discurso narrativo infantil, en *Lingüística*, 13, pp. 217-248.
- Shiro, M. (2003).** Genre and evaluation in narrative development, en *Journal of Child Language*, 30, pp. 165-195.
- Van Dijk, T.A. (2006).** Discourse, context and cognition, en *Discourse Studies*, 8 (1), pp. 159-177.

- Van Dijk, T. A. (2008).** *Discourse and Context. A Sociocognitive Approach.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Wislocka, B. (2014).** Appraisal theory applied to the wine tasting sheet in English and Spanish, en *Ibérica*, 27, pp. 97-120.
- White, P. R. R. (2003).** Beyond modality and hedging: A dialogic view of the language of intersubjective stance, en *Text*, 23(2), pp. 259-284.
- White, P. R. R. (2004).** The Language of Attitude, Arguability and Interpersonal Positioning. *The Appraisal Website*. Disponible en <http://www.grammatics.com/appraisal>

### Nota biográfica



**Francisco Ivorra** es profesor del Departamento de Filología Inglesa y Alemana de la Universitat de València, miembro del Instituto Universitario de Lenguas Modernas Aplicadas de la Universitat de València y director del grupo de investigación SILVA (Group for Support for Investigation in Language Variation Analysis). Licenciado y Doctor en Filología Inglesa (Especialidad: Lingüística-Pragmática Contrastiva) por la Universidad de Alicante y Máster en Traducción e Interpretación Inglesa por esta misma universidad. Sus principales áreas de investigación son el Análisis del Discurso, el Inglés para Fines Profesionales y Académicos y, principalmente, la Pragmática Contrastiva (Inglés-Español).  
**E-mail:** [Francisco.Ivorra@uv.es](mailto:Francisco.Ivorra@uv.es)