Pragmática y relevancia en la transimisión de noticias: el caso *Euronews*

María Cristina Bordonaba Zabalza
Universidad de Milán

1. Introducción

La teoría de la Relevancia[i], acuñada por Sperber y Wilson (1986ª) en su obra *Relevance. Comunication and Cognition*, es un modelo pragmático que se propone explicar el modo en que los hablantes interpretan los enunciados, y para ello se apoya en una tesis de carácter cognitivo que analiza cómo los seres humanos procesan la información lingüística (Montolío, 1988, p. 94). Se trata de una teoría neogriceana, por cuanto puede ser entendida como una simplificación de las célebres máximas de Grice[ii] que se ven así reducidas a una sola, la de relación, que exige que la información transmitida sea relevante. Sin embargo, no se trata de una simple derivación de la máxima griceana, que apuntaba a un nivel de pertinencia necesario para que la información resultara adecuada en ambas direcciones: la del emisor y la del destinatario. Para Sperber y Wilson, el concepto de Relevancia es mucho más amplio, ya que añade a la adecuación del tema un nuevo enfoque, el de la ostensión, esto es, el relieve informativo. Ello indica que ha surgido una nueva interpretación del modelo tradicional de comunicación, denominado modelo *ostensivo-inferencial*, frente al modelo tradicional, denominado *modelo del código o modelo de codificación-descodificación*. Estos autores observan que hay dos fases en el proceso comunicativo: en la primera se produce una descodificación por parte del receptor y codificación por parte del emisor del enunciado. En la segunda, existe una parte del proceso que responde al modelo ostensivo-inferencial, que queda expresado en la definición:

> Todo acto de comunicación ostensiva comunica la presunción de su propia relevancia óptima
> (Sperber y Wilson, 1986ª, p. 158)

Según este principio, el emisor utiliza el estímulo que le parece más relevante para el receptor al que se dirige. “Esto no significa que el emisor consiga ser siempre relevante, en este sentido el principio de relevancia no hay que entenderlo como una máxima de Grice que puede violarse, sino como una generalización sobre el funcionamiento de la comunicación ostensivo-inferencial: se aplica sin excepción, se sigue aunque no se conozca, y no podría violarse ni aun queriendo” (Escandell, 2003, p. 121). En todo caso, conviene señalar que ser relevante no es una categoría de los enunciados, sino más bien una propiedad que surge de la relación entre enunciado y contexto, esto es, entre enunciado, por una parte, y un individuo con su particular conjunto de supuestos o premisas que se emplean para interpretarlo. Estamos, pues, ante una noción de contexto, en la que se incluyen el contexto físico (formado por el entorno físico inmediato); el contexto lingüístico o cotexto (formado por los enunciados anteriores) y las suposiciones que contienen informaciones de todo tipo y las que se ha denominado “saber enciclopédico”

2. Aplicación del principio de Relevancia

Montolío (1988, p. 95) precisa que "la teoría de la Relevancia no constituye una disciplina dentro de la pragmática lingüística, sino que se presenta como una teoría sobre el funcionamiento de la comunicación humana". Según esta teoría, en la base de los procesos comunicativos subyace la idea de intención, pero sus autores distinguen entre *intención comunicativa*, esto es, deseo de establecer un contacto e *intención informativa* que consiste en la decisión de transmitir un mensaje. Partiendo de esta premisa, el emisor y el receptor realizan dos tareas específicas y complementarias: ostensión e inferencia. Pero las inferencias no se extraen del contexto solamente, sino de la combinación de ambos: contexto y enunciado (Brown y Yule (2005, pp. 313-330). En definitiva, para que se cumpla el principio de relevancia el proyecto del emisor prevé que su interpretación sea óptimamente relevante para el destinatario, de modo que éste la interprete así, tal y como la había diseñado el emisor. Hay, por consiguiente, una confluencia entre ambos con un coste de procesamiento mínimo. En otras palabras, se trata de un "procedimiento de ahorro" (Garrido, 1997, p. 138). El emisor deja de decir ciertas cosas, porque el receptor no las necesita para entender el mensaje. Es un procedimiento metonímico, es decir, una representación del todo por la parte, que se relaciona con el principio de economía cognitiva. Por lo tanto, se parte del todo, al que se elimina lo que no hace falta decir, y se explicita la parte que hará llegar al todo. Ello es posible porque existen unos modelos psicológicos y computacionales de la comprensión del discurso que sirven para dar cuenta de la información predecible que puede presuponer un escritor o un hablante en su lector u oyente, siempre que se describe una situación determinada. Esa información predecible son los elementos "consabidos" o en otras palabras "lo dado", es decir, lo que es fácilmente recuperable. Corresponden al concepto de "entorno cognitivo", esto es, "el haz de ideas con el que nos enfrentamos a la tarea de entender el mundo que nos rodea" (Pons, 2004, p. 19). Cuando dos personas comunican crean un entorno cognitivo compartido. Pero como nunca puede haber un entorno cognitivo compartido totalmente, es necesario que uno de los comunicadores guíe el proceso para que el receptor pueda elaborar las inferencias. Para los autores de la Teoría de la Relevancia (TR), la forma en que se guía el proceso comunicativo es comparable a los movimientos armoniosos que lleva a cabo la pareja en el baile donde, por regla general, uno de los participantes se deja llevar por el otro (Sperber y Wilson,1986, p. 43). Del mismo modo se puede decir que el "baile comunicativo" está formado por parejas en las que uno de los dos, el emisor, guía los pasos del receptor a través de la ostensión y este último se deja llevar dando los pasos, es decir, las inferencias adecuadas al ritmo impuesto por el tipo de "danza comunicativa. Partiendo de este principio, autores como Brown y Yule (ed. 2005), Sperber y Wilson (1986), León (2003) han analizado los procedimientos cognitivos que subyacen a su elaboración para establecer tipologías de inferencias. Siguiendo a Cassany (2006, p. 91-92) tomaremos la clasificación de León (pp. 47-66):

a) Inferencia lógica / pragmática. La primera se basa en razonamientos formales y tiene un grado de certeza absoluto. La segunda se basa en el conocimiento del lector y tiene porcentajes más bajos de probabilidad.
b) Inferencia de coherencia local / global. Distinguimos la inferencia que construye la coherencia local de un fragmento breve de aquella que elabora la coherencia del discurso completo.

c) Inferencia automática / estratégica o elaborativa. La primera se produce de forma rápida y con escaso coste. Es más fuerte o segura y es inconsciente. La segunda requiere más tiempo, más recursos cognitivos, es más débil o incierta y es consciente.
d) Inferencia retroactiva o explicativa / preactiva, predictiva o proyectiva. La primera busca o relaciona datos con el texto previo, mientras que la segunda sugiere ideas para el futuro.
e) Inferencia obligatoria o necesaria / elaborativa. La primera es imprescindible para dar sentido al texto y se dice que está "autorizada". La segunda "enriquece, adorna o adereza" el significado básico y, por tanto, es "no autorizada".

Durante el proceso inferencial se producen una serie de implicaciones contextuales que darán lugar a la elección de un supuesto y a la cancelación de los restantes. Pero esto no significa que todos los lectores de una noticia elijan la misma opción, puesto que cada individuo posee un entorno cognitivo diferente. Coincidimos con Pons (2004, p. 37) en que el efecto que la contextualización de un supuesto tiene sobre nuestro entorno cognitivo da como resultado la cancelación del nuevo supuesto; la cancelación, refuerzo o debilitamiento de supuestos ya existentes o la adición del nuevo supuesto.

3. Organización de la estructura informativa

La colocación misma de la noticia es una señal de ostensión que es percibida por el lector como "debe ser por algo"[iii] y ese algo significa que es la noticia a la que el receptor ha de dar la máxima relevancia. Pero su esfuerzo no se detendrá hasta haber alcanzado el máximo beneficio posible en su interpretación: coste relativamente bajo y óptimamente relevante. Como hemos visto, en la lectura de un texto se produce un encuentro entre emisor y receptor. El segundo comienza el proceso de interpretación del texto a través de las instrucciones que recibe del primero. De forma diferida establece una interacción comunicativa con el autor del texto (Calsamiglia, 2002, p. 85). Y gracias al proceso inferencial del lector, se activan sus supuestos para seleccionar con el menor coste la información más adecuada.
Existen varias formas de representar el saber enciclopédico que empleamos en la producción y comprensión del discurso: *marco* (Minsky 1975), *guión* (Schank y Abelson, 1977), *escenario* (Sanford y Garrod, 1981), *esquema* (van Dijk, 1981) que funcionan como *andamios ideacionales* (Anderson, 1977) citados por Brown y Yule (ed. 2005, pp. 293-305), por el que se estructuran los datos, y que representan situaciones estereotipadas. Llevándolo al extremo podemos decir que estos esquemas poseen la marca del determinismo, porque condicionan nuestro modo de interpretar una noticia. En efecto, los titulares siguientes[iv] podrían estar incluidos tanto en la sección de economía como en la de ambiente:

> Un informe sobre el cambio climático augura una grave recesión económica mundial
> 5.500 milliards d'euros. Le coût financier de la pollution
> Report calls for urgent action on environment
> Effetto serra, allarme degli scienziati. "Se non si interviene a rischio un quinto dell'economia" (Euronews, 1/11/06).

En la transmisión de una noticia se observa una dependencia mutua entre lector y emisor, pero el que ejerce el control a través de la selección de las noticias es el emisor. Por otra parte, ambos actores, el emisor y el lector pertenecen a la misma comunidad y, a este propósito, señala Cassany (2006, p. 166) que el conocimiento está siempre situado y es relativo, porque cada lector construye su interpretación, desde su comunidad y enmarcada en su cultura. En otras palabras, tradiciones culturales diferentes pueden dar lugar a esquemas mentales diferentes para la descripción de sucesos que se han visto. Podemos deducir que una cosa es la noticia y otra la interpretación que la comunidad hace de ella. Existen, pues, distintos modos de gestionar la información, ya sea por parte del emisor, ya sea por parte del lector. A continuación, trataremos de analizar de qué modo es aplicada la teoría de la Relevancia en el sitio *Euronews*.

4. El caso EURONEWS

Antes de describir la macroestructura del sitio *Euronews*, conviene hacer un poco de historia sobre este canal multilingüe. Se trata del canal informativo de Europa que transmite noticias de todo el mundo desde una perspectiva europea, en siete idiomas. *Euronews* emite simultáneamente en inglés, francés, alemán, italiano, portugués, español y desde septiembre de 2001 en ruso. Lanzado el 1 de enero de 1993 como el primer canal paneuropeo multilingüe, *Euronews* se ha establecido rápidamente en Europa como el principal canal de noticias de televisión. Junto al canal televisivo existe un sitio Internet (www.euronews.net) del que hemos seleccionado un corpus formado por 4 lenguas: español, francés, inglés e italiano, que corresponde al período comprendido entre el 1 de abril y el 15 de noviembre de 2006, sobre el que se centra nuestro trabajo.

Uno de los objetivos que se proponen los redactores de este medio de información es el de ser imparciales. A este propósito, el Director de *Informativos y Programas*, Luis Rivas (http://www.euronews.net. En La empresa / la cadena/ p. 2 (13/09/06)), declara lo siguiente:

> International News is made of conflicts and each protagonist has his point of view to defend. Our mission is to allow all those involved to express themselves. Whatever the conflict, political, cultural or religious, *Euronews* has to remain neutral[v] and bring its views complete and detailed news, allowing them to form their own opinions. This debate does not only take place on air but is also at the heart of our editorial process.

En definitiva, declaran su intención de permanecer neutrales y de dar una información completa y detallada para permitir a los lectores que se formen sus propias opiniones. Asimismo, *Euronews* se autodefine como los corazones y las mentes de los europeos. En este sentido podemos deducir que se propone crear una corriente de opinión europea, corroborado por los componentes de su macroestructura, es decir, porque establece una selección y organización de la noticias en forma de lista vertical que presupone una jerarquía de mayor a menor importancia de éstas. A través de la sección "sugerencias", "*commenti*", "*feedback*", "*réactions*", los lectores interactúan con los redactores acerca del contenido y modo de expresar la información.

Es una obviedad que el modo de seleccionar las noticias refleja un tipo de orientación y en cierto sentido un "sistema de control". En *Euronews* la organización de la noticias se lleva a cabo seleccionando siempre seis, de las cuales una está colocada en la parte superior derecha (en la parte izquierda se halla la foto correspondiente a ésta) y a diferencia de las demás contiene una entradilla que termina en una suspensión. Ello le sirve al lector de acicate para hacer clic y proseguir en la lectura de la noticia. Los titulares de las cinco restantes ocupan la mitad inferior de la página web. Con una selección de este tipo, el emisor muestra la ostensión hacia la noticia que debería ser la más importante para toda Europa. Además del boletín de noticias, que ocupa casi todo el espacio de la página inicial, en la parte izquierda aparece una columna clasificada en secciones cuyos titulares constituyen los enlaces para profundizar sobre diversas áreas temáticas[vi] de interés para el lector europeo.
A este propósito, cabe señalar que algunas noticias revisten una particular importancia y por ello vuelven a aparecer al día siguiente o en los días sucesivos porque se considera necesario hacer un seguimiento de éstas, como por ejemplo, en el caso de las elecciones en E.E.U.U.:

> *Ballot box test for US President Bush*
> *Usa, aperti i seggi per le elezioni di metà legislature: In Iraq un piano per vincere*
> *Ellections parlementaires aux Etats-Unis*
> EE.UU. vota para renovar parte del Congreso y del Senado (Euronews, 7/11/06)
>
> *Elezioni USA: sconfitta la politica di Bush*
> Democrats heading for House control
> Los demócratas consiguen el control de la Cámara de Representantes estadounidense
> *Le Congrè aux democrates (Euronews, 8/11/06)*
>
> George Bush asegura estar dispuesto a recibir sugerencias sobre Irak
> *Etats-Unis: Bush ouvert à toutes suggestions sur l'Irak*
> *USA : Bush chiede la collaborazione dei democratici*
> *Bush calls for bipartisan cooperation (Euronews, 9/11/06)*

En el análisis de las noticias se aprecia también cierta homogeneidad en la disposición y longitud de los párrafos, que suelen llegar a alcanzar las 25 líneas, si bien no son raras las excepciones, como en los ejemplos siguientes:

> El Partido Social Demócrata ha ganado las elecciones legislativas en Austria (31 líneas)
> *Les sociaux-démocrates remportent les législatives (13 líneas)*
> *I socialdemocratici di nuovo primo partito del Paese (13 líneas)*
> *Surprise victory for Social Democrats in Austria (13 líneas) (Euronews, 2/10/06)*

5. Titulares y Relevancia

La marcada neutralidad por la que se define *Euronews* en las declaraciones hechas por el Director de Informativos y Programas, nos orienta hacia una representación de la noticia estandarizada y escrita en un lenguaje políticamente correcto, y lingüísticamente "descafeinado"; esto es, sin ningún tipo de carga retórica tan frecuente en la

prensa europea actual. Y, en efecto, buena parte del material consultado hace gala de esa búsqueda de objetividad y neutralidad que debe presidir un sitio multilingüe. Dado que la prensa hodierna está dominada por titulares impactantes con interrogaciones retóricas, el titular de *Euronews* puede resultar para algunos un poco burocrático y menos atractivo, como se observa en los ejemplos siguientes:

> *Allerta tsunami nel nord del Giappone*
> *Alerte au tsunami au nord del Japon*
> *Alerta en Japón ante la llegada de un sunami*
> *Tsunami alert in Japan , Russia after quike (Euronews, 15/11/06).*

> *Gli eurodeputati appoggiano il processo di pace per il Paese Basco*
> *Les députés européens votent en faveur du dialogue avec l'ETA*
> *Europe's MPs vote in favour of dialogue with ETA*
> Los eurodiputados dan el visto bueno a las negociaciones de paz y el diálogo con ETA en el País Vasco (Euronews, 25/10/06).

Aparentemente es así, pero ello no es óbice para que también en *Euronews* se utilicen las estrategias de persuasión (Van Dijk, 1988, pp. 84-85), para enfatizar la naturaleza factual de los acontecimientos que consisten en descripciones directas, intervenciones de testigos de los hechos, citaciones de autoridades, señales que indican precisión (horas, cifras, edad, nombres propios, etc.). La finalidad de todo ello es convencer al lector de que lo que se dice es verdad:

> *The resolution passed in the European Parliament with 321 in favour, 311 against and 24 abstentions.*
> *Elle obtient toutefois une courte majorité à Strasbourg: 321 voix contre 311 et 24 abstentions.*
> Tras el doble rechazo de esas enmiendas, la eurocámara ha aprobado por 321 votos a favor frente a 311 en contra la resolución (...)
> *A favore si sono espressi 321 eurodeputati 311 i contrari e 24 gli astenuti (Euronews, 25/10/06).*

Estas estrategias se pueden observar ya en los titulares, por cuanto constituyen de por sí un texto que antecede al texto propiamente dicho de la noticia, con una función identificadora: "designa una unidad textual a la que normalmente acompaña y permite distinguirla de otros textos con los que aparece conjuntamente relacionada" (Núñez Lavadéze, 2002, pp. 61-62). Cabe señalar que no siempre existe uniformidad en la aplicación de las estrategias, como se observa en los siguientes titulares:

> Ejército israelí intensifica sus bombardeos en el Líbano
> ***Israeli attack kills 20*** *fleeing civilians*
> ***Au moins 15 civils*** *libanais tués par un missile israélien*
> *Nuovi bombardamenti israeliani sul Libano. Numerosi morti (Euronews, 15/07/06)*

> *Siria, sventato attentato all'ambasciata Usa. Condoleeza Rice ringrazia Damasco*
> ***Quatre hommes tués*** *dans l'attaque de l'ambassade américaine à Damas en Syrie*
> **Muere un guardia sirio y tres terroristas en el atentado** contra la embajada estadounidense en Damasco
> *Syria foils bombing of US embassy (Euronews, 12/09/06).*

Siguiendo a Núñez Lavadéze (p. 65), se pueden enunciar dos criterios para caracterizar al titular: el principio de economía y el de proporción. Según éstos, el emisor ha de dar en el titular la mayor información con el mínimo de recursos lingüísticos (los libros de estilo recomiendan que no se superen las diez palabras). La función del titular es la de representar lo más importante o la parte más relevante de la macroestructura de los artículos (Van Dijk, 1988, p. 143), es decir, ha de aportar la información necesaria sobre la actualidad sin necesidad de añadir más información. Aquí entra en juego la TR cuyo modelo ostensivo-inferencial se puede relacionar con el procedimiento de *relieve focal* porque constituye una llamada de atención al receptor hacia una inferencia determinada. Asimismo, la posición del tema en el titular es muy importante, desde el punto de vista pragmático, porque sirve para expresar valoraciones sobre los eventos o para manifestar la actitud del emisor respecto del propio enunciado En los titulares siguientes el enunciado en español es buena muestra de lo que se acaba de decir: si es necesaria la segunda vuelta en unas elecciones, a pesar de la victoria de un candidato, significa que se ha producido una gran abstención, por eso la victoria del candidato resulta disminuida. Un titular de este tipo es el que señala ostensivamente la intencionalidad del emisor:

> Parvanov trough to second round in Bulgaria
> Bulgaria: Parvanov in testa al primo turno
> **Habrá segunda vuelta en las presidenciales de Bulgaria** pese a la victoria de Georgi Parvanov
> Le président Georgui Parvanov en tête du premier tour de l'élection présidentielle (*Euronews*, 22/10/06)

Los titulares siguientes muestran diferentes modos de comunicar la ostensión y, por tanto, las distintas inferencias que éstos producen. En todos ellos , excepto en el español, el relieve focal no se ha colocado en los actores (Líbano e Israel) que realizan la acción (negociar), sino más bien en el posible resultado (canje de prisioneros). Hay una búsqueda de neutralidad en estos titulares. En cambio, en el 3) el emisor coloca el relieve focal sobre un único actor (Hezbolá) y de este modo orienta al lector en la labor de extraer las inferencias:

> 1) *Trattative in corso per lo scambio di prigionieri tra Libano e Israele*
> 2) *Vers un échange de prisonniers entre Israel et le Hezbollah*
> 3) **Hezbolá confirma** que negocia con Israel un canje de prisioneros
> 4) *Prisoner exchange talks underway in Middle Est (Euronews, 1/11/06).*

En los titulares siguientes se informa de la visita que Benedicto XVI ha realizado a España optando por dos tipos de enunciado: el nominalizado como en 1) y 3) y el verbal en 2) y 4):

> 1) Papa Benedetto XVI in Spagna
> 2) Benedicto XVI defiende en España los valores de la familia tradicional
> 3) Première visite de Benoït XVI en Spagne
> 4) **Traditional family values** defended in Pope Benedict's first trip to Spain (Euronews, 8/07/06)

1) Titular marcado por la nominalización que responde a la categoría de enunciado de síntesis con carácter "neutro".
2) Se trata de un enunciado de síntesis y al mismo tiempo posee fuerza retórica, lograda por el uso del verbo "defender" que implícitamente retoma el argumento del ataque a los valores de la familia. Por tanto hay una explicación que reenvía a un mensaje implícito (la familia ha sido atacada, y el discurso se puede interpretar como una respuesta a ese ataque).
3) Se desplaza el elemento temático, porque el sujeto pasa a ocupar un segundo lugar. En este enunciado el tema es la primera visita a España, el mensaje implícito es que podría ser la primera de las muchas que piensa realizar, porque existe el presupuesto de que este Papa viaje tanto como el anterior.
4) Este enunciado es un compendio de los anteriores, en cuanto a contenidos lingüísticos, pero se desmarca de éstos por la dislocación a la izquierda que manifiesta el tema.
La comparación de los titulares revela el mayor o menor grado de cantidad de información y, al mismo tiempo, el modo distinto de aplicar el concepto de relevancia. El primero y el tercero consideran que los lectores poseen ya conocimiento sobre el tema, por lo tanto no es necesario explicitar nada más. Mientras que el segundo y el cuarto presentan como foco la defensa de los valores de la familia.
A pesar de que en *Euronews* domina el estilo neutro, de vez en cuando despuntan algunos titulares expresivos dotados de interrogaciones o exclamaciones retóricas, que tienden a ser más frecuentes en los textos franceses. La fórmula interrogativa tiene aquí una función anafórica porque se conecta a los conocimientos del lector, a lo dado:

> ***La trêve de l'ETA est-elle en péril?***
> *La Spagna teme un possibile riarmo dell'ETA*
> Zapatero advierte de que la confirmación del robo de ETA de armas en Francia tendrá consecuencias (*Euronews*, 26/10/06).
>
> En el Consejo de Seguridad se debate todavía qué tipo de sanciones imponer sobre Corea del norte por la crisis nuclear
> *Nucleare coreano, verso una risoluzione del Consiglio di sicurezza delle Nazione Unite*
> *N.Korea vote in UN delayed*
> ***Corée du Nord, rien n'est réglé!*** (Euronews, 14/10/06).

La expresividad se muestra todavía más ostensivamente en el titular francés con un guiño marcadamente irónico, en la que el emisor usa el discurso directo para imaginar la reacción de los opositores a Berlusconi ante el resultado de las elecciones. Es un titular eficaz, desde el punto de vista de la TR, porque la inferencia es automática. La cita indirecta contrapone a Berlusconi con sus opositores y refuerza la ironía. El titular español es relevante, porque posee información nueva: Berlusconi ha ganado gracias al voto extranjero. Pero, desde el punto de vista de la TR, requiere un coste de procesamiento más elaborado porque el receptor no es italiano y por ello no posee todos los presupuestos necesarios para comprender el enunciado.

> ***Italie: couillons oui, mais gagnants! Selon Berlusconi, personne n'a encore gagné.***
> *Prodi wins Italian election. Berlusconi not conceding defeat.*
> La coalición de Prodi vence en el Senado **gracias al voto extranjero** (Euronews, 14/04/06).

También es posible expresar el grado máximo de enunciado ostensivo-referencial, con un fuerte componente ideológico, a través de una nominalización como en el titular francés. El emisor ha imaginado el tipo de reacción que puede experimentar su lector y por ello utiliza la forma que considera más eficaz y más expresiva. Es una inferencia predictiva.

> ***Volte-face du Hamas***
> *Hamas cede sul riconoscimento di Israele. Accordo col Fatah sull'"iniziativa dei prigionieri"*
> Las facciones palestinas cierran un acuerdo que supone el reconocimiento implícito de Israel
> *Hamas implicity accepts two-state solution* (Euronews, 27/06/06).

En otros casos, se elige un titular neutro, aunque el texto esté situado, según la terminología de Cassany. Sin embargo, desde el punto de vista de la TR, esta neutralidad es una forma de relevancia ineficaz, porque exige una coste de procesamiento muy largo, ya que no hay ningún elemento del enunciado que permita intuir la importancia de dichas elecciones (en francés: *face à un choix*). El emisor da por descontado una serie de presupuestos que en los otros titulares están explicitados.

> **Inminentes elecciones municipales en Bélgica**
> *Les électeurs belges face à un choix à l'occasion des municipales*
> *Belgio, elezioni amministrative:estrema destra fiamminga favorita. Tensioni con i valloni*
> *Far-right set to again in Belgian elections (Euronews, 7/10/06)*

Pero el uso de la estrategia de persuasión a través del dato numérico puede resultar engañoso, cuando del titular se pasa al cuerpo de la noticia. El texto francés tiende a etiquetar la protesta como de derecha o extrema derecha, pero en los otros idiomas la extrema derecha representa una minoría exigua de manifestantes:

> ***10.000 Hongrois manifestent pour la troisième nuit consécutive […]***
> ***Militants de droite ou d'extrême droite pour la plupart, réunis devant le Parlement hongrois à Budapest, ils continuent à exiger la démission du Premier ministre.***
> Más de 15.000 personas piden la dimisión del primer ministro húngaro en Budapest
> Il governo di Budapest minaccia il coprifuoco se continueranno le violenze
> Peaceful protests mark third night of Hungary crisis (Euronews, 21/09/06)

En el texto español los manifestantes de extrema derecha reciben la denominación de *incontrolados*, propia del periodo de la Transición. Podría considerarse, pues, un eufemismo, si la comparamos con los otros textos donde aparecen los términos más actuales de *skinheads* o *neonazi*.
La noticia siguiente refleja un deseo de marcar la relevancia a través del foco *división*, que marca la diferencia sustancial de interpretación de la realidad que se quiere transmitir a la propia comunidad discursiva. La selección léxica efectuada en el titular español determina una interpretación nueva del titular y predispone a la lectura de la noticia. Posee un grado de relevancia muy alto porque da lugar a varias implicaciones contextuales:

División en el seno del G8 respecto a la política energética
Le G8 réclame une plus grande sécurité énergétique
G8 leaders agree on energy
G8: firmati gli accordi sulla sicurezza energetica e la liberalizzazione degli scambi (*Euronews*, 16/07/06).

La introducción de la cita intertextual en sus diversas variantes forma parte también de la estrategia de persuasión para asegurar la veracidad de la noticia. Los textos de *Euronews* tienden a usar las citas a gran escala. Es decir, no sólo en los titulares, sino de forma más numerosa y significativa en los textos propiamente dichos. El discurso ajeno se inserta con un propósito concreto: buscar vivacidad, dramatismo, autenticidad, autoridad u orientación argumentativa. Cabe señalar el uso de los *verba dicendi*, ya que indican el acto de habla que se le asigna. Concordamos con Hurtado (2003, p. 107) en que el uso de las comillas en el lenguaje periodístico y concretamente el entrecomillado de las unidades léxicas provoca una "interferencia léxica" o "connotación autonímica", que se da cuando el autor menciona las palabras de otro. Asimismo, las comillas sirven al emisor para no asumir la responsabilidad de lo dicho. Estos términos que se llaman también "islotes textuales" poseen una connotación e implicación muy sutiles que sirven para maximizar la relevancia:

Francia: Sarkozy afirma que "**no hay riesgo di contagio**" tras la quema de 9 autobuses en 7 días Violence (*Euronews*, 30/10/06).
Effetto serra, allarme degli scienziati. "***Se non si interviene a rischio un quinto dell'economia***" (*Euronews*, 1/11/06).
Per Varsavia solo "***accuse virtuali***" il rapporto Marty sui voli segreti della Cia (*Euronews*, 8/06/06).
Clichy-sur-Bois, la marche en mémoire de ceux qui sont "***morts pour rien***" (*Euronews*, 27/10/06).
Mexican election '***too close to call***' (*Euronews*, 3/07/06).
Hamas cede sul riconoscimento di Israele. Accordo col Fatah sull'"***iniziativa dei prigionieri***"
"***A verdict on a whole dark era***" *in Iraq* (*Euronews*, 6/11/06).

Dentro del cuerpo de la noticia es frecuente hallar ejemplos de refranes entrecomillados que forman parte del discurso directo o indirecto:

Unanimity was replaced by Russian and Chinese objections to the strictest embargo terms, but Us ambassador to the UN John Bolton seems confident agreement is close, saying it would be bee "***better late than never***".
El embajador estadounidense ante la ONU, John Bolton, declaraba hace unas horas "**que más vale tarde que nunca**", respecto a las instrucciones recibidas por los enviados y negociadores chinos y rusos […].
Je suppose que l'on pourrait dire **mieux vaut tard que jamais**, que finalement il ont eu des instructions de dernière minute et qu'ils ont du modifier deux ou trois points [...]. (Euronews, 14/10/06)

Ahora bien, cabe señalar la falta de uniformidad en la selección del enunciado de discurso directo, como se observa en el cuerpo de la noticia correspondiente a los siguientes titulares:

1) Benedicto XVI recibe a los representantes del mundo musulmán.
2) *Benedetto XVI all'Islam: Fondamentale il dialogo.*
3) Benoît XVI prône le dialogue avec les Musulmans.
4) *Pope reaches out to Muslims over text now.* (*Euronews*, 25/09/06).

Se ha extraído del cuerpo de la noticia el párrafo correspondiente a la cita directa del discurso del Papa Benedicto XVI, incluida en el texto de la noticia redactada en español, italiano e inglés. En la versión en francés el párrafo no aparece citado, porque creemos que el emisor no lo considera relevante, ya que se trata de una información conocida que el lector puede inferir con un coste de procesamiento bajo.

1) "Señores cardenales, embajadores y queridos musulmanes. Estoy profundamente convencido de que en la situación actual del mundo, es imperativo que cristianos y musulmanes se mantengan en contacto unos con los otros para enfrentarse a los numerosos retos que la Humanidad tiene por delante. Especialmente aquellos que conciernen a la defensa y promoción de la dignidad del ser humano, y los derechos que conlleva esa dignidad".
2) "*E' necessario, che cristiani e musulmani-ha detto- s'impegnino, insieme per fronteggiare le numerose sfide che si presentano all'umanità, in particolare riguardo alla difesa e alla dignità dell'essere umano e per i diritti che ne conseguono*".
3) *Pope Benedict said he was "profoundly convinced that in the current world situation, it is imperative that Christians and Muslims engage with one another in order to address the numerous challenges that present themselves to humanity". "Especially those concerning the defence and promotion of the dignity of the human person and the rights ensuing from that dignity", he added.* (Euronews, 25/09/06)

Las diferencias entre unas y otras citas atañen a la presencia o ausencia del párrafo; a la longitud de éste con la correspondiente selección proposicional y léxica, a la elección del estilo directo en 1) y 2) y del estilo híbrido en el 3.

6. Retórica contrastiva

Ofrecer una información desprovista de ideología, totalmente empírica y objetiva, es el principio que rige el sitio *Euronews*. Sin embargo, venimos constatando que raramente se cumplen estas premisas, pues "la retórica contrastiva enseña que cada comunidad desarrolla unas prácticas comunicativas particulares, con rasgos propios" (Cassany, 2006, p. 156)[vii]. En efecto, un género discursivo como el que nos ocupa, está condicionado no sólo por la estructura del idioma, sino por la tradición escrita de cada comunidad, los hechos históricos, etc. Aun queriendo mantener el principio de objetividad y una homogeneidad en el contenido de la información, como a simple vista se puede observar, se detectan algunas diferencias entre los textos porque en cada uno de ellos se reflejan sus modelos mentales. Van Dijk (2003, p. 24) señala que la memoria social está constituida por representaciones sociales, es decir, un conocimiento socio-cultural basado en actitudes o ideologías que el individuo comparte con los que pertenecen a su grupo. Aquí ideología no se interpreta como el pensamiento político de cada uno, sino que va más allá, ya que se refiere a "visión o representación de la realidad" (Antelmi, 2006, p.11) que para

Cassany (2006, p. 93) incluye todo: la política, la ecología, la ciencia, la violencia doméstica, la pobreza, la migración, los derechos y los deberes, las minorías, las tareas cotidianas, etc. Es la mirada completa de cada uno sobre la realidad, su conceptualización mental y las actitudes y los valores que se desprenden de ella. De todo ello se infiere que no puede haber un discurso neutro, pues todos están situados de una forma o de otra, todos muestran su ideología. En el ejemplo siguiente, el titular italiano y el texto que lo acompaña se desmarcan de los demás por la interpretación de la realidad que en ellos se hace de total extrañamiento de la noticia. No se dan datos numéricos, ni tampoco aparecen nombrados Italia ni EE.UU., en el cuerpo de la noticia. El relieve focal está colocado en Polonia y éste es el referente en todo momento :

> *Vols secrets de la CIA: 14 pays d'Europe impliqués*
> Un informe implica a 14 países europeos en los vuelos secretos de la CIA
> ***Per Varsavia solo "accuse virtuali" il rapporto Marty sui voli segreti della Cia***
> *Probe says 14 European countries colluded over CIA flights* (*Euronews*, 8/06/06).

El titular inglés es más neutro, pero en el cuerpo de la noticia tampoco hay ninguna referencia explícita que involucre a Inglaterra.

Llegados a este punto, podemos constatar que los ejemplos que hemos ido mostrando hasta ahora revelan que *se dice lo mismo, pero no se informa de lo mismo*. Existe, esto sí, un acuerdo para seleccionar las noticias a las que se quiere dar relevancia, y, por tanto, de interés común para todos los europeos. Por otra parte, las formas de expresión de cada idioma se relacionan con los modos de entender la realidad que enlazan con toda una tradición cultural. Cierto es que la palabra encuadrada en un contexto, adquiere una connotación valorativa que la distingue de la "neutralidad" que la misma evoca cuando se toma del diccionario. "Los significados neutros (de diccionario) de las palabras de la lengua aseguran su carácter y la intercomprensión de todos los que la hablan, pero el uso de las palabras en la comunicación discursiva siempre depende de un contexto particular" (Bajtín, 2005, p. 278). En efecto, atendiendo sólo al significado neutro de las palabras, no resulta difícil aceptar que un mismo concepto puede expresarse en todos los idiomas, pero las palabras forman parte de un enunciado, que es un "eslabón en la cadena de la comunicación discursiva y no puede ser separado de los eslabones anteriores que lo determinan por dentro y por fuera generando en él reacciones de respuesta y ecos dialógicos" (Bajtín, 2005, p. 285). Ello se puede observar de manera evidente en el discurso periodístico, donde las noticias extraídas de sus fuentes se comentan, discuten y valoran antes de ser nuevamente redactadas para el lector, y aquí entra en juego la intuición de las posibles reacciones, de la respuesta, que el emisor obtendrá en sus lectores, tal y como se ha visto en la aplicación de la TR. Precisamente, esa dependencia del emisor respecto del receptor se hace más evidente cuando se realiza la selección léxica, porque si un mismo término puede dar lugar a reacciones negativas o a malentendidos en el receptor, es necesario sustituirlo por otro, aunque esa sustitución puede evocar matices diferentes, como muestran los ejemplos siguientes. La sustitución de "nacionalista" por "populista" ha evitado la reacción negativa que en español hubiera provocado inevitablemente:

> *Parvanov trough to second round in Bulgaria […] Parvanov will face his main rival Volen Siiderov,* ***a nationalist whose xenophobic.***
> *Bulgaria: Parvanov in testa al primo turno […] Parvanov, indipendente ma sostenuto dai socialisti andrà al ballottaggio con il candidato ultranzionalista, Volen Siderov.*
> Habrá segunda vuelta en las presidenciales de Bulgaria pese a la victoria de Georgi Parvanov […] Parvanov ha obtenido un 64,6 por ciento de los votos, frente a los 20,3 por ciento que ha cosechado el **populista** Volen Siderov.
> *Le président Georgui Parvanov en tête du premier tour de l'élection présidentielle*
> […] *Il sera opposé au* ***nationaliste*** *Volen Siderov* (*Euronews*, 22/10/06).

Entramos en el campo del eufemismo entendido por Hernando (1990, p. 179) como *ambigüedad calculada*. El eufemismo funciona cuando se quiere disimular por miedo, por presunción o por conveniencia. Hernando distingue tres clases: lenguaje amortiguado, redundancia y vaguedad. El ejemplo siguiente extraído del cuerpo de la noticia, es una muestra de lenguaje amortiguado (disfrazar lo "feo" de "neutro"):

La policía actuó con contundencia contra el pequeño grupo de incontrolados que rompió la tónica general de la protesta, que discurrió con calma (Euronews, 12/09/06).

Se ha verificado una selección léxica por parte del redactor español, mientras que en los otros idiomas se usan los términos actuales: *skinhead, neonazi.*

En otros casos, la selección léxica pretende lo contrario, es decir, dotar al enunciado de una fuerte carga semántica que lo aleja por completo del principio de neutralidad:

> **Un show a la americana** para las primarias de los Socialistas franceses
> *Des primaires très sages pour le parti socialiste français*
> *Primo faccia a faccia televisivo in Francia tra Ségolène Royal, Dominique Strass-Kahan, e Laurent Fabius* (*Euronews*, 18/10/06)

7. Conclusiones

Partiendo del principio de relevancia hemos analizado un tipo de transmisión de noticias presente en Internet: el boletín informativo del portal de Euronews y para ello hemos comparado los titulares en francés, inglés, italiano y español. Dado que se trata de un sitio multilingüe, el interés que despierta es doble: no sólo por el modo en que es aplicado el principio de relevancia en la jerarquización del texto y en la elaboración de los titulares, sino también porque a ello se añade la diversidad cultural que caracteriza a las lenguas. Hemos podido constatar que la aparente uniformidad que parecería desprenderse de la adaptación de una misma noticia a las diferentes lenguas es desmentida por los modos de interpretación de cada una de ellas. Es decir, no todos los boletines dicen lo mismo, porque no todos ellos aplican el principio de relevancia a los mismos enunciados. Por ello la declarada "neutralidad" del sitio muestra algunas hendiduras, que no llegan a menoscabar la tendencia dominante a la objetividad, que es objeto de vigilancia continua en la sección "sugerencias" donde intervienen activamente los lectores,

quienes aprecian el modo de informar y la posibilidad de leer y, por tanto, practicar otros idiomas. Esto indica que se trata de un lector de nivel cultural medio-alto que busca en Euronews una información objetiva y veraz y, a la vez, sabe analizar el tipo de selección de noticia que este sitio realiza. De todo ello se desprenden una serie de implicaciones didácticas, ya que contiene material auténtico y constantemente renovable sobre el que se puede trabajar en distintos niveles para la enseñanza – aprendizaje del español tal y como venimos haciendo en la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad de Milán, porque permite explotar el material en el aula de manera eficaz y participativa. Asimismo, el hecho de poder analizar un sitio multilingüe nos permite verificar algunos fenómenos de actualidad como el comportamiento de cada idioma respecto del anglicismo; la influencia de lo políticamente correcto en la selección léxica; los temas más recurrentes de la Unión Europea y, sobre todo una profundización de la comprensión lectora necesaria para entender el mundo en el que vivimos.

Notas:

[i] Usaremos el término relevancia, aunque como es bien sabido no hay unanimidad en la elección del término, ya que algunos han preferido utilizar pertinencia (Portolés, 2001, pp. 18-20).

[ii] Según el Principio de Cooperación de Grice, para que se establezca el acto comunicativo entre emisor y receptor han de cumplirse cuatro máximas: cantidad, calidad, relación y manera.

[iii] Con ello aludimos a que el órgano de información (Euronews) desea que se asimile esa noticia que va a representar como la de máxima importancia, porque ocupa la primera posición y va acompañada de una foto.

[iv] Los titulares pertenecen al corpus textual de Euronews y, dado que se han extraído de la noticia principal y se refieren al mismo día, sólo el último lleva la fecha en que ha sido consultado. Constituyen una excepción los titulares que corresponden a noticias diferentes, en cuyo caso se ha incluido la fecha en cada uno de ellos.

[v] La intención de permanecer neutrales no deja de ser una utopía, como sabemos. Ya en 1906, Rafael Mainar en su libro El arte del periodista (2005, p. 135), afirmaba: "No hay, no puede haber un periódico neutro, sin ideales que defender, sin doctrinas que propagar, sin opiniones que difundir, pero aun cuando ese periódico existiera, todavía los intereses de empresa, las necesidades de hacer opinión, la misma finalidad periodística, le harían instrumento de propaganda, y a propagar algo, su mismo nombre y su independencia e imparcialidad en último caso, le obligaría su instinto de conservación, la necesidad de dar a su existencia un objetivo".

[vi] Los titulares de las secciones que representan las diversas áreas temáticas aparecen en el siguiente orden:
Economía incluye temas económicos
Europa trata diversos temas de actualidad
Entrevista publica entrevistas realizadas a políticos europeos
Europeans presenta temas de interés social como la inmigración, la intolerancia.
Pass trata temas de falsificación y lucha contra el fraude
Agora aborda temas candentes como la ETA, la Constitución Europea, etc.
Europinión recoge un resumen de noticias de interés europeo que se han producido durante el año.
Parlamento, presenta noticias que conciernen a Europa
Le mag, se ocupa del mundo del espectáculo.
Comment y Sugerencias contienen las opiniones de los lectores acerca de la información recibida por Euronews y el modo de gestionarla.
Space, cubre las noticias del espacio
High tech las nuevas tecnologías
Futuris afronta argumentos que conciernen a las ciencias y las tecnologías
Terra viva que, como el nombre indica, presenta noticias que conciernen al medio ambiente (Euronews, 13/09/06).

[vii] Autores como Connor, (1996); Grabe y Kaplan, (1996), citados por Cassany (2006: p. 161) han demostrado en sus investigaciones que la prosa inglesa tiende al uso de la oración simple y la yuxtaposición, mientras que la española, propende al uso de oraciones compuestas con conectores específicos y verbos en forma personal. Esta observación puede extenderse a la prosa italiana o francesa.

Bibliografía

Anderson, R. C. (1977). The Notion of schemata and the educational enterprise. En R. C. Anderson, R. J. Spiro & W. E. Montague (Eds.) *Schooling and the acquisition of knowledge.* Hillsdale, N.J.: Erlbaum, 1977.

Antelmi, D. (2006). *Il discorso dei media.* Roma: Carocci.

Bajtín, M. (2002). *Estética de la creación verbal.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.

Brown, G. & Yule, G. (Eds.) (2005). *Análisis del discurso.* Madrid: Visor Libros.

Calsamiglia Blancafort, H. & Tusón Valls, A. (2002). *Las cosas del decir.* Barcelona: Ariel.

Cassany, D. (2006). *Tras las líneas.* Barcelona: Anagrama.

Connor, U. (1996). *Contrastive Rhetoric. Cross-cultural aspects of second-language writing.* Cambridge: CUP.

Escandell Vidal, M.V. (2003). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel Lingüística.

Garrido Medina, J. (1997). *Estilo y texto en la lengua.* Madrid: Gredos.

Grabe, W. & Kaplan, R. (1996). *Theory & Practice of Writing. An Applied Linguistic Perspective.* Londres: Longman.

Hernando, B. (1990). *Lenguaje de la prensa.* Madrid: EUDEMA.

Hurtado González, S. (2003). *El uso del lenguaje en la prensa escrita.* Valladolid: Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial. Universidad de Valladolid.

León, J. A. (2003). *Conocimiento y discurso. Claves para inferir y comprender.* Madrid: Pirámide.

Mainar, R. (ed. 2005). *El arte del periodista.* Barcelona: Destino.

Minsky, M. (1975). A frame work for representing knowledge. En P.H. Winston (Ed.), *The Psychology of Computer vision*. New York: McGraw-Hill.

Montolío Durán, E. (1988). La Teoría de la Relevancia y el estudio de los marcadores discursivos. En M. A. Martín Zorraquino & E. Montolío Durán (Coords.), *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis* (pp. 93-119). Madrid: Arco / Libros.

Núñez Ladevéze, L. (2002). *Introducción al periodismo escrito.* Barcelona: Ariel Comunicación.

Pons Bordería, S. (2004). *Conceptos y aplicaciones de la Teoría de la Relevancia.* Madrid: Arco / Libros.

Portolés, J. (2001). *Marcadores del discurso*. Barcelona: Ariel Practicum.

Sanford, A. J. & Garrod, S. C. (1981). *Understanding Written Language.* Chichester: Wiley.

Schank, R. C. & Abelson, R. (1977). *Scripts, Plans, Goals and Understanding.* Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.

Sperber D. & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition.* Harvard: Harvard University Press / Blackwell.

Van Dijk, T. (1988). *News as discourse.* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Van Dijk, T. (2003). *Ideología y discurso.* Barcelona: Ariel Lingüística.

Corpus

Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 14/04/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 8/06/06))
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 27/06/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 03/07/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 08/07/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 09/07/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 15/07/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 16/07/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 12/09/06)
Euronews, http://www.euronews.net en La Empresa/ la cadena/ p. 2 (consultado el 13/09/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 21/09/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 25/09/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 02/10/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 07/10/07)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 14/10/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 18/10//06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 22/10/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 25/10/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 26/10/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 27/10/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 30/10/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 01/11/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 06/11/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 07/11/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 08/11/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 09/11/06)
Euronews, http://www.euronews.net (consultado el 15/11/06)