

En un medio de prensa que se define a sí mismo como «el diario pop» y se promociona ante el público por «hablar en buen chileno», la información, aunque importante, no es lo distintivo. ¿Dónde radica, entonces, la singularidad de 'La Cuarta'? La respuesta más evidente parece estar en aquellos rasgos amarillistas que la constituirían en el representante por excelencia del sensacionalismo en Chile. Este artículo postula, sin

POPULARIDAD DE 'LA CUARTA' :

# LA CLAVE ESTÁ EN EL LENGUAJE

embargo, que lo que identifica al diario es su lenguaje. A través de los diversos recursos gramaticales y discursivos con que los periodistas elaboran las noticias, 'La Cuarta' construye un efecto de oralidad. Este esfuerzo lingüístico le permite establecer una relación de proximidad afectiva con el lector, cuativándolo. Aquí se revisan estos mecanismos y se interpreta el sentido de su utilización.

## Isabel Awad

Periodista y profesora de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile [iawad@puc.cl].

## Guillermo Soto

Lingüista y profesor del Instituto de Letras de la Pontificia Universidad Católica de Chile [gsotov@puc.cl].

Universitarios en plena protesta que gritan: «Estamos disgustados» y anuncian: «Lucharemos no obstante la autoridad...» Un par de ladrones de banco que apuntan sus pistolas, diciendo: «Damas y caballeros, esta irrupción antisocial tiene por objeto tomar posesión de todos vuestros haberes y enseres» y advierten a una mujer que se quede «quieta» porque si no, se verán obligados a «reducirla». Un futbolista que trata de «malintencionado» a quien le hizo un *faul* y exige al árbitro que sea «garante del orden en esta brega». Un *graffiti* en un paso subterráneo donde se leen «pirulín» y «popó». Estas cuatro escenas –ridículas por culpa del lenguaje– conformaron la estrategia publicitaria de *La Cuarta* en televisión.

Mientras campañas recientes de otros diarios han optado por resaltar la rapidez con que entregan la información, la credibilidad de ésta y la capacidad para marcar la agenda informativa, la ingeniosa campaña de publicidad de *La Cuarta* se centró en las palabras. La idea de cada escena era convencer a la gente de que el diario permite conocer las noticias no mediante los términos rebuscados y formales que usarían otros medios, sino con los propios del habla de Chile. Y resultó una idea exitosa: en el diario aseguran que no sólo sorprendió al público, sino que ganó avisadores. La campaña obtuvo una medalla de oro, una de plata y una de bronce en el Festival Iberoamericano de Publicidad y cuatro premios en el Festival del Film

Publicitario de la Achap (Asociación Chilena de Agencias de Publicidad), incluyendo el Gran Premio a la mejor campaña de televisión de 1998.

Julio Ortúzar, uno de los publicistas de la agencia Frederick & Valenzuela que diseñó la campaña, explica de dónde surgió la idea: «Descubrimos que la fortaleza de *La Cuarta* era que recuperaba el

en Chile y el mundo», asegura Pérez.<sup>2</sup> Cuenta orgulloso que su diario «nunca sacrifica el aspecto noticioso como sí sucedía a veces en *Clarín*», cuya motivación era fundamentalmente política.

*La Cuarta* tiene un promedio de 28 páginas diarias organizadas en las secciones de *Crónica*, *Gremios*, *La Vuelta al Mundo* (internacional), *La*

## Categorizar a 'La Cuarta' como un diario sensacionalista significa situarla en la misma clase que 'The Sun', 'National Enquirer' o 'Bild', prototipos del amarillismo.

habla, el modo en que la gente usa el lenguaje. Para la campaña había que decir que era un producto completo, que informaba bien y que lo hacía en una forma entretenida, con ritmo». <sup>1</sup> El posicionamiento fue entonces: «entiéndalo en buen chileno». Y para insistir en que el lenguaje es clave entre las características del periódico, cada comercial decía que «por eso, es el diario de mayor venta en Chile».

Este artículo analiza cuál es este «buen chileno» que usa *La Cuarta*, cómo y por qué lo hace y qué efectos busca su empleo en el público lector. Se parte por un cuestionamiento del carácter popular del diario para entender hasta qué punto éste se basa en las peculiaridades de su lenguaje; posteriormente, se presentan diversos recursos lingüísticos y discursivos empleados en el medio, para finalizar con una interpretación del sentido de estas opciones.

### EL DIARIO POP

Diozel Pérez había trabajado en el desaparecido *Clarín* y era jefe de crónica de *La Tercera* cuando le ofrecieron hacerse cargo de un nuevo diario en 1984. El proyecto, un periódico de formato tabloide llamado *La Cuarta*, buscaba no sólo entregar información sino hacerlo en un lenguaje que entretuviera al lector. Se trataba de crear un medio similar al *Clarín*, que había existido entre 1954 y 1973 y cuyo lema era «firme junto al pueblo».

«*La Cuarta* busca ser un diario entretenido, pero no igual al *Clarín*. De allá trajimos la experiencia de escribir en forma ingeniosa, pero en *La Cuarta* vienen todas las noticias más importantes que se producen

*Cuarta Deportiva*, *Al Galope* (hípica), *La Cuarta Espectacular* (espectáculos), *Cartelera* y *Magazine* (horóscopo, santoral, caricatura, avisos y consejos sentimentales).

El propio periódico habla de sí mismo como «el diario pop» y trata a sus lectores de «barra pop». Este carácter popular se le reconoce también externamente a partir de la composición cualitativa y cuantitativa de quienes lo leen. Es, según los datos que maneja su departamento de marketing, el diario que más se vende en Chile, con un público objetivo que proviene de los estratos socioeconómicos C3 y D. Diozel Pérez habla de un espectro muy amplio de lectores que incluye obreros de la construcción, con ingresos de 100 mil a 150 mil pesos al mes, y empleados y comerciantes que ganarían entre 350 mil y 400 mil pesos.

De acuerdo con los demás antecedentes que entrega la dirección de *La Cuarta*, cada ejemplar lo leen nueve a diez personas. La tirada promedio de lunes a jueves, según el diario, es de 145 mil ejemplares; el día que más se vende es el domingo y lo sigue el viernes. Es un diario que se financia fundamentalmente por las ventas, no tiene suscripciones, y la mayoría de quienes lo compran son partidarios de los equipos de fútbol del Colo Colo o la Universidad de Chile.

### POPULAR NO SIGNIFICA AMARILLO

Por su carácter popular, se suele tildar automáticamente a *La Cuarta* de amarillista. Así lo hace, por ejemplo, Roxana Alvarado en *La prensa sensacionalista: el caso del diario La Cuarta*, donde afirma que

1. Entrevista a Julio Ortúzar, 4 de agosto, 1999.

2. Entrevista a Diozel Pérez, 27 de agosto, 1999.

este periódico «forma parte de aquellos diarios que buscan la representación popular desde la estrategia del sensacionalismo».<sup>3</sup> En un artículo posterior, la autora identifica los rasgos que, a su juicio, caracterizan formalmente este sensacionalismo: «el formato del mismo diario (tabloide), los colores llamativos, el uso de fotografía, una tipografía más grande, particularmente en los titulares [...], recursos que hacen más atractivo al diario y que apuntan también a un lector inmerso todavía en un universo de cultura oral y [en quien] es necesario –en alguna medida– despertar [el] deseo de leer».<sup>4</sup>

Categorizar sin más a *La Cuarta* como sensacionalista significa situarla en la misma clase de publicaciones como *The Sun* de Inglaterra, *National Enquirer* de Estados Unidos y *Bild* de Alemania, ejemplos prototípicos del amarillismo. Todos estos medios, como *La Cuarta*, son de gran tirada, especialmente entre los sectores populares, y no constituyen prensa de élite; suelen tener formato tabloide (si bien *Bild* es de tamaño estándar) y se venden fundamentalmente por la atracción que ejercen sus portadas (rara vez, por suscripción), entre otras características.

No obstante, una lectura somera de estos medios muestra claras diferencias entre ellos y el periódico chileno. En primer lugar, el empleo de colores, fotografías y tipografía ciertamente no es el mismo. El titular principal de *La Cuarta* se refiere a una noticia que no lleva imágenes y su tamaño, en promedio 4 a 6 columnas con letras de 3,5 centímetros de alto, suele ser equivalente al de *La Nación* y es superado a veces por el de *La Segunda*, dos periódicos que, por lo general, no reciben el calificativo de sensacionalistas. Además, como subraya su director, *La Cuarta* intencionalmente ha querido neutralizar este titular, poniéndolo en negro, mientras que otros diarios, como la propia *Segunda* o, hasta hace poco, *La Tercera*, emplean el rojo.

En segundo lugar, y mucho más importante, existen marcadas diferencias entre *La Cuarta* y diarios como *The Sun* en la selección de la pauta y el tratamiento de la información. Tanto así que Julio Ortúzar, de la agencia Frederick & Valenzuela, insiste en que parte del éxito de la campaña publicitaria del periódico

chileno se basó en perfilarlo como «un medio serio, veraz y completo». Si bien es discutible hasta qué punto *La Cuarta* posee efectivamente estas características, es cierto que quien lee este diario se informa de manera relativamente integral de lo más importante que sucede a su alrededor.

Para evaluar el sensacionalismo de *La Cuarta* hay que tomar en cuenta que ser popular no significa necesariamente ser amarillista y que el amarillismo no es una característica absoluta que defina a unos medios y esté del todo ausente en los demás. El sensacionalismo puede entenderse como un campo de atracción tanto para el periodista como para el lector; una fuerza que puede cautivar completa o parcialmente a un medio y que nace de la propia lógica de la comunicación periodística. Una dosis de sensacionalismo no hace a un medio amarillista. Como afirma John Stevens, de la Universidad de Michigan, «hay al menos una pequeña cantidad de sensacionalismo en todo informe noticioso que pretenda capturar la atención del lector».<sup>5</sup>

Ordenando el *continuum* del sensacionalismo, Luka Brajnovic, en su libro *Deontología periodística*, distingue entre uno moderado y otro exagerado. Este último está dispuesto a «adulterar la verdad con el fin de provocar efectos extrainformativos» y se dirige a la «curiosidad morbosa propagando la inmoralidad». A su juicio, «el primero (moderado) fácilmente cae en los errores éticos, mientras que el segundo no sólo es poco ético, sino completamente opuesto a la ética profesional periodística, sencillamente porque sus fines no son informativos».<sup>6</sup>

Estimular las sensaciones en lugar de la reflexión del lector y ver en el público a un consumidor que se entretiene en lugar de un ciudadano que se informa, es lo propio del sensacionalismo extremo. Para ello, como explica la doctora en Comunicaciones Mar de Fontcuberta, el amarillismo se sirve de la incorporación de elementos innecesarios en términos informativos, incluyendo imágenes morbosas y titulares escandalosos. Además, opera abiertamente con la falsedad y la distorsión de los hechos.<sup>7</sup>

En «Nuevas Inquisiciones», un artículo que publicó en el diario *El País* de España y por el que obtuvo el premio Ortega y Gasset en 1999, Mario Vargas

3. ALVARADO, ROXANA: *La prensa sensacionalista: el caso del diario La Cuarta*, documento de trabajo 20, Centro de Investigaciones Sociales, Universidad Arcis, octubre de 1997, p. 6.

4. ALVARADO, ROXANA: «La Cuarta: ¿algo más tras del cascarón de la “chabacanería”?» en CARLOS OSSA (COMP.): *La Pantalla delirante. Los nuevos Escenarios de la Comunicación en Chile*, Lom Ediciones Universidad Arcis, Santiago, 1999, p. 206.

5. STEVENS, JOHN D.: *Sensationalism and the New York Press*, The Freedom Forum Media Studies Center, Nueva York, 1991, p. 6.

6. BRAJNOVIC, LUKA: *Deontología Periodística*, Ediciones Universidad de Navarra, España, 1978, p. 147.

7. Entrevista a Mar de Fontcuberta, 5 de octubre, 1999.

Llosa se refiere irónicamente a estas prácticas de la que llama «inmundicia impresa». «Cierre los puños, tráguese la bilis, encomiéndose al diablo y subaste su verdadera historia a los tabloides. Se la pagarán a precio de oro y no tendrá siquiera que escribirla, pues un inmejorable escritor, acaso graduado en Oxford o en Cambridge, lo hará por usted. Eso sí, apresúrese, porque dentro de una semana su historia será fiambre sin valor de uso», dice, refiriéndose a Ron Davies, ex ministro de asuntos de Gales en Gran Bretaña, quien fue víctima de «la jauría periodística». Según el escritor peruano, la prensa amarilla se origina en «la búsqueda inmediata y a cualquier precio de la ligereza, de la información como mera diversión y entretenimiento dirigida a los más bajos instintos».<sup>8</sup>

Los niveles de amarillismo de *La Cuarta* son más moderados. No está entre sus estrategias distintivas, por ejemplo, la cobertura de rumores y escándalos de la vida privada de personajes públicos. Además, en sus páginas interiores *La Cuarta* cubre los mismos temas que acaparan la pauta de las publicaciones consideradas «serias» como puede observarse en el recuadro «Los titulares de la noticia», donde se comparan los titulares de noticias tomadas al azar, publicadas en éste y en otros periódicos.

Por el contrario, *La Cuarta* sí manifiesta sensacionalismo en el espacio otorgado a temas con connotaciones eróticas. Notable, a este respecto, resulta la fotografía de una mujer en bikini que el periódico diariamente presenta en el extremo inferior izquierdo de la portada. Más relevancia tiene, sin embargo, la preferencia por la crónica roja en el titular principal, normalmente referido a hechos de sangre con aspectos sexuales. El jefe de informaciones del diario, Julio Díaz, explica esta opción: «La policía vende. Ése es nuestro sostén». Cuenta que sólo ocasionalmente, por algún evento futbolístico, por ejemplo, cambia el tema central de la primera página.<sup>9</sup>

En la semana de 24 al 30 de mayo de 1999, por ejemplo, los siete titulares principales corresponden a la llamada «crónica roja» y sólo en uno de ellos – «Asesinan a un anciano joyero», del 26 de mayo– el conflicto no tiene, además, un carácter sexual. En los otros seis –«Nochero ultrajó a enferma mental»,

«Preso auxiliar de la Teletón», «Médico mochero la ve con tongo», «Tía y sobrina lo acusan de ultraje», «Condenado médico: atendía sólo lolas», «Corrompían a siete peques»– la combinación es la ideal en *La Cuarta* para alcanzar el grado de morbo que este periódico se permite. «El tratamiento de los temas requiere tino para no ser crueles ni hacer humor negro, pero a veces somos un poco truculentos», reconoce Díaz.

*La Cuarta* enfatiza contenidos especialmente relevantes para sus lectores (entre ellos, noticias policiales, gremiales, de deportes de barrio y servicios); sin embargo, ni este énfasis ni el hecho de que trate de un modo sensacionalista cierto ámbito restringido de temas, apoyan la idea de que *La Cuarta* manifieste lo que Brajnovic denomina amarillismo exagerado.

Los rasgos amarillistas restringidos de *La Cuarta*, se concluye aquí, no bastan para explicar su carácter popular, precisamente porque son pocos y no dan cuenta de su singularidad. La característica que la identifica como medio es, sobre todo, un lenguaje propio con que el que aborda una amplia variedad temática, que, como se ha dicho, coincide en gran parte con la pauta de los otros diarios. En palabras del editor: «No somos un diario obsesionado con los golpes; nosotros contamos lo que pasa y lo contamos a nuestra manera, la manera de *La Cuarta*».

#### EL 'SWING' DE 'LA CUARTA'

A Díaz le gusta hablar de «joyitas en bruto» para explicar cómo deben ser los periodistas que entran a su diario. Su experiencia es que «escasea la gente capaz de sacar un producto tan singular» y sólo es posible entrenar a quienes traen la facilidad del lenguaje informal «en el disco duro». «Cuesta que agarren el *swing* de *La Cuarta*», dice. «Es algo que se lleva en la sangre y las transfusiones de sangre no siempre resultan».

El *swing* de *La Cuarta* distingue su lenguaje del que utilizan los otros medios nacionales, básicamente por la incorporación de un registro coloquial, tomado de la oralidad, y por el empleo de un lenguaje creativo y humorístico que establece una relación entretenida y de complicidad con su públi-

8. VARGAS LLOSA, MARIO: *Nuevas Inquisiciones*, *El País*, 30 de abril, 1999.

9. Entrevista a Julio Díaz, 9 de julio, 1999.

co. La lectura del periódico permite observar diversos recursos gramaticales y discursivos que se emplean con bastante libertad. Gran parte de éstos no son, como podría pensarse, creaciones de los periodistas, sino usos orales de naturaleza cómica arraigados desde hace mucho tiempo en Chile. En efecto, al comparar el lenguaje de *La Cuarta* con el registrado por estudios como los del lingüista Rodolfo Oroz en 1937<sup>10</sup> y Ambrosio Rabanales en 1958,<sup>11</sup> se observa que muchos de los recursos lingüísticos orales y populares del medio forman parte del acervo tradicional.

#### 1. LOS SONIDOS DE 'LA CUARTA'

En *La Cuarta* los pobres son *pobletes* y los ricos, *riquelmes*. Por otro lado suele convertirse en *por otro litro* y si algo es gratis, es *al gratín*. En todos estos ejemplos, se explota la semejanza fónica entre las palabras, un fenómeno conocido como paronomasia y de común ocurrencia en el habla popular. Según el lingüista Ambrosio Rabanales, se trata de «sustituciones reveladoras de una clara intención humorística»,<sup>12</sup> como puede observarse en el ejemplo: «Universitarios *duraznos* piden otro paro nacional» (*duraznos* < *duros*).

En este procedimiento se emplean incluso extranjerismos. Así, *salvatore* por *salvador* en el titular «aguacero salvatore» y *con tutti* (del italiano *tutti*, todos) en el sentido de *con todo*. No falta el sustantivo propio: «Estaba *liztaylor*», por «estaba listo». En *La Cuarta* la canción «Happy Birthday» se adecua a la fonética del español y, a partir de la semejanza con

<p> por <b> connota el habla de los inmigrantes árabes.

Otros procedimientos de base fónica tienen que ver con el alargamiento de las sílabas para indicar una reacción emocional o para representar por escrito juegos sonoros que ocurren en el habla coloquial: ¡*Guaaaaa!*, ¡*Chiquiiiiillos!* ¡*Gozarrrr!* ¡*Sabrosssooo!*

En ocasiones el alargamiento es básicamente icónico y humorístico, como cuando se dice que destacaron «los huastecos que llegaron con quesos, vinachos, leche y queso de *oveeeeeeeja*, frutillas y hasta cajones de abejas».

Aunque no muy frecuentemente, se emplean recursos rítmicos para establecer relaciones de intertextualidad. Así, en el siguiente ejemplo, donde icónicamente se representa el ritmo y se reproducen algunas de las palabras de cierta canción de protesta de la década de 1980, hecha famosa por el grupo Sol y Lluvia: «¡No puedo creer en la coosa que veo! ¿Por los 15 puntos de la caaaartilla veo! ¡Adiós, pozo semanaaaal! ¡Adiós, dineraaaal!» Similar resulta, aunque más actual: «¡Si la morena pide máaaas, si la morena pide máaaas! ¡Dale lo que quiere! ¡Bingote, Bingote... quémalal!»

Finalmente, siguiendo un procedimiento típico de la jerga delinencial o coa, son frecuentes las inversiones de sílabas de las palabras. *Cabros*, es decir, muchachos, puede convertirse en *brocas*; *tiras*, o sea, detectives, en *ratis*, y los *billetes*, en *tellebis*.

Se observa que muchos de los recursos lingüísticos orales y populares del 'La Cuarta' forman parte del acervo tradicional.

voces ya existentes, podemos leer que «Gendarmería cantó *apio verde* número 69».

En otros casos, la escritura intenta reproducir la pronunciación. Así, por ejemplo, con el anglicismo *plis*. A veces, se representa una pronunciación atípica, como en «*Baisanos* le pusieron color recordando su tierra lejana». Claramente, la sustitución de

#### 2. FORMANDO PALABRAS

En cuanto a los procedimientos de formación de palabras, especialmente notable es el uso de diminutivos como recurso de expresión de afectividad: «En *Chilito* la nueva generación de artistas viene con tutti», «Hasta que se disparó impactando en el pecho del *pitufito*» (niñito). Los estudios lingüísticos desde

10. OROZ, RODOLFO: «El elemento afectivo en el lenguaje chileno», en *Anales de la Facultad de Filosofía y Educación*, Universidad de Chile, Santiago, Tomo II (I), pp. 36-57.

11. RABANALES, AMBROSIO: «Recursos lingüísticos, en el español de Chile, de expresión de afectividad», en *Boletín de Filología de la Universidad de Chile*, Editorial Universitaria,

Santiago, Tomo X, pp. 205-297. La estructura y los hallazgos del trabajo de Rabanales han sido un valioso aporte para el análisis lingüístico que aquí se presenta.

12. *Ibid.*, p. 213.

antiguo han reconocido en este tipo de sufijos un mecanismo privilegiado para comunicar emociones, como señala el lingüista español Amado Alonso.<sup>13</sup> Propios del español coloquial hablado en Chile, en *La Cuarta* proliferan: *cortito*, *listito*, *la rayita*, *de entrada*, *niñitas*, *lolito*, entre muchos otros.

Además del sufijo diminutivo *-ito*, el más frecuen-

*ción*, coalición gobernante en Chile), *Conce* (< *Concepción*), *depra* (< *depravado*), *conversa* (< *conversación*), la *Cato* (< *Universidad Católica*), *entrete* (< *entretenido*), etcétera.

Se emplean reducciones incluso para referirse a cargos y organismos públicos, así por ejemplo: *presi* (< *presidente*), el *dire* (< *director*), *la muni* (< *la*

Eduardo Frei era 'Don Lalo', un candidato era 'Joaco' y otro 'Richi' o 'Ricky' e incluso se anunciaba la celebración de «Los dos mil años del Nacimiento de 'Don Jecho'».

te en el español de Chile,<sup>14</sup> se utilizan *-ín* e *-illo*, que, precisamente por su menor recurrencia, adquieren valores estilísticos: *pequeñín*, *muchachines*, *computinas*, *mundillo*.

También se encuentran sufijos aumentativos como *-azo*, *-ón* y *-ote*, y despectivos como *-aco* y *-oca*: *pocazos*, *calugazo*, *el jefazo*, *billetón*, *hombrón*, *amigote*, *Bingote de Oro*, *libraco*, *chicoca*, *fiestoca*. Igualmente con valor afectivo se encuentra *-udo*: «¡Tres *suertudos* se reparten pozo acumulado de 4 millones del Bingo!». Los sufijos con el fonema /ch/ no son escasos. Así, el claramente despectivo *-acho* en *titulacho* y «Vendían *whischo* de maní confitado y coco», y el sufijo *-ucho* de *larguirucho*.

Además se emplean sufijos menos comunes y restringidos normalmente al lenguaje oral, como *-eli*: *nuqueli* (< *nuca*), *combineli* (< *combinado*), probablemente con valor diminutivo. El uso de este sufijo en el español de Chile ha sido registrado también por Sáez, por lo que no es una «creación» de *La Cuarta*, si bien en este periódico su empleo es frecuente: «*Locateli* baleó lolita a la salida de fiesta». Similar resulta el uso del posible sufijo *-ón*: *velatón*.<sup>15</sup>

De innegable base fónica, pero reconocidas como recurso de formación de palabras, las reducciones son otro procedimiento gramatical frecuentemente utilizado para comunicar «un matiz afectivo y coloquial»: <sup>16</sup> «...el concurso más *sensa* de todos los tiempos» (< *sensacional*), «la barra *pop*» (< *popular*), «cabro *homø*» (< *homosexual*), «un *peque* de cuatro años» (< *pequeño*), *La Concerta* (< *La Concerta-*

*municipalidad*) y *el subse* (< *el subsecretario*), entre otros.

Las reducciones nominales pueden aparecer en plural: *ofis* (< *oficinas*), *polis* (< *policías*). En algunos casos, las reducciones resultan de aféresis, esto es, de pérdidas de fonemas al comienzo de la palabra, fenómeno característico de nuestro español coloquial, sobre todo en los sectores con menor escolarización: Grandes de *Uropas* tras el «Matador» (< *Europas*).

Un caso especial lo constituyen los hipocorísticos, formas abreviadas de los nombres propios. De este modo, el club de fútbol Santiago Morning es el popular *Chaguito*. Las autoridades tampoco escapan a este recurso. Así, durante su mandato el presidente Eduardo Frei era *Don Lalo*, mientras que en la campaña electoral de 1999 un candidato presidencial era *Joaco* (Joaquín Lavín) y otro, *Richi* o *Ricky* (Ricardo Lagos). Incluso se anunció, la pasada Navidad, la celebración de los «dos mil años del Nacimiento de *Don Jecho*».

### 3. VOCABULARIO POP

En el nivel léxico, son frecuentes los casos en que, existiendo una pareja de sinónimos del tipo *viejo/anciano*, en el periódico se opta por la palabra más empleada en el lenguaje coloquial: «Jugaba con revólver de *papá*», «Según los *papis*», «Buscan cadáveres *gringos* en cementerio de traficantes».

Muchas veces la palabra seleccionada es, además, un chilenismo, como *guagua*. Así, las adolescentes son *lolas*, como en el titular «Carabinero héroe salvó vida a *lola* suicida» y un joven puede ser un *cabro*, como en «*Cabro* homosexual de 15 años mató

13. ALONSO, AMADO: «Noción, emoción y fantasía en los diminutivos», en *El artículo y el diminutivo*, Universidad de Chile, Santiago, 1937, pp. 35-63.

14. Cfr. SÁEZ, LEOPOLDO: *El español de Chile en las postrimerías del siglo XX*, Universidad de Santiago, Santiago, 1999.

15. Este posible sufijo fue reconocido por primera vez en el español de Chile por SÁEZ, LEOPOLDO: «-ón y -teca en el español de Chile», en *Literatura y Lingüística* 4, Universidad Blas Cañas, Santiago, 1991, pp. 129-140.

16. SÁEZ, LEOPOLDO, *op. cit.*, 1999, p. 44.

a puñaladas al hermano de su pareja». El trabajo es la *pega*: «Profes llevan su *pega* en el corazón pero sufren por bajo estatus social». Mentir pasa a ser *engrupir*: «Frei pidió no *engrupir* con cheque en garantía». Un conflicto bélico puede ser una *mocha*: «Se agrava la *mocha*: Pakistanies derriban dos aviones de India». La expresión *súper*, de común ocurrencia en el lenguaje coloquial pero, en general, excluida de los medios informativos, aparece en *La Cuarta* con regularidad.

Especialmente notables son los casos en que los vocablos coloquiales son, también, «más plásticos y concretos [y] por lo mismo resultan intensivos, hiperbólicos».<sup>17</sup> Muchos de los empleos de chilenismos y voces populares corresponden a ejemplos de este fenómeno, denominado hipersemia. Así, se utilizan *macanudo* y *cototo* por extraordinario o fuera de lo común.<sup>18</sup> De igual modo se emplea *pulento* (aféresis de *opulento*) en el sentido no sólo de rico sino también de óptimo, excelente y muy bueno, como ilustra el siguiente ejemplo: «*pulentos* electrodomésticos».

Los casos se suceden en el periódico: robar es *cogotear* y los robos son *cogoteos* (de *cogote*, cuello); la gente es la *gallada* (colectivo de *gallo*, persona); mucho es *ene*, parar, *chantar*, mirar, *lorear*; y pensar, *cranear*. Como puede advertirse, entran en juego aquí procedimientos metonímicos y metafóricos.

Los cambios léxicos también pueden ir acompañados de recursos fonológicos como la semejanza de sonidos. Así, Holanda es «cuna de *caperuzos* como Van Gogh» y no sólo de *capos*, las cosas malas, que son *penas*, pueden terminar siendo *pencahues* (de *Pencahue*, localidad de Chile): «Chile pierde millonada por rutas, puertos y puentes *pencahues*». En algunos casos, el término hipersémico presenta una doble sanción. Así, *califa*, que se emplea para referirse al hombre al que le atraen en exceso las mujeres, parece obedecer tanto a la semejanza fónica con *caliente* como, por metonimia, es decir, por relación de contigüidad, al hecho de que el califa tiene un harem.<sup>19</sup>

La palabra hipersémica puede contrastar con el contenido serio de la noticia, como lo ilustra el siguiente ejemplo donde el verbo anunciar es reem-

plazado por *vocear* en un titular que informa que las autoridades del país darán a conocer los primeros resultados de una elección: «Desde el Edificio Diego Portales esperan *vocear* el primer cómputo».

Puede reemplazarse el vocablo que denota una categoría por un ejemplar prototípico de ella en la cultura popular, como cuando se dice que cierta situación «amerita la contratación de *Sherlock Holmes*», es decir, de un detective. La sustitución de un sustantivo común por otro propio recibe el nombre de antonomasia y es una figura recurrente en el lenguaje literario. Lo novedoso de *La Cuarta* parece estar en la fuente de esos nombres: la cultura de masas. Los marinos terminan siendo *popeyes*, por el conocido personaje de historieta, y en una comparación se puede leer: «tirar patadas como *Steven Seagall*», o sea, como un experto en artes marciales.

Un sustantivo propio también puede ser reemplazado por otro gracias a la proximidad semántica entre ambos. Así, Santiago pasa a ser *Ciudad Gótica*. Similar al anterior, por su juego intertextual, pero distinto por tratarse de sustantivos comunes, resulta la sustitución de teléfono por *cuernófono*, término empleado en la serie televisiva de dibujos animados *Los Picapiedras*.

Si bien los extranjerismos no son exclusividad de este medio, resulta característico de *La Cuarta* el empleo de voces extranjeras de uso popular en la lengua oral, muchas de ellas, aparentemente, tomadas de la jerga juvenil y adaptadas ortográficamente al español. Así, encontramos *parlar*, por hablar; *laburo*, del italiano *lavoro*, por trabajo; *testa*, por cabeza; *manye*, por comida; *money*, por dinero, y *plis* en el sentido de por favor. No faltan los extranjerismos más académicos, como *in fraganti* ni aquellos que han asumido un significado propio en cierta jerga: *heavy*, *boy*, *brother*.

Es también frecuente en el periódico el uso de locuciones verbales hipersémicas, esto es, formas analíticas que, como señala Urrutia, presentan una significación fuertemente connotativa o valorativa y cuyo empleo «se da, generalmente, en el registro coloquial con matices familiares y populares».<sup>20</sup> Así, el simple ir pasa a ser *pegarse un pique*, pedir, *lanzar la pedida*; decidir algo, *cortar el queque*, vencer a

17. RABANALES, AMBROSIO, *op. cit.*, pp. 274-275.

18. Para los sinónimos en la lengua estándar, se ha empleado MORALES, FÉLIX; QUIROZ, OSCAR y PEÑA, JUAN JOSÉ: *Diccionario ejemplificado de chilenismos y de otros usos diferenciales del español de Chile* (5 tomos), Academia Superior de Ciencias Pedagógicas, Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación, Valparaíso, 1984-1987.

19. Esta última sugerencia se debe a Ángel Rodríguez.

20. URRUTIA, HERNÁN: «Locuciones verbales en el español de Chile», en *Estudios de Lengua y Literatura*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1988, p. 127.



alguien, *dejarlo por las cuerdas* o *darle huaraca*; dirigir, *llevar el volante directivo*; exagerar, *ponerle color*; deprimirse, *entrar en bajón*; delinquir, *manchar la canasta*; parar, *chantar la moto*; interrogar, *hacer cantar*; simular, *dárselas de*, y hablar o discutir, *batir lengua*, entre otras.

En la mayoría de los casos, podemos observar el valor aspectual o modal que aporta la locución. *Pegarse a la pantalla* comunica, aunque más vívidamente, ver televisión durante mucho tiempo; *jurar de abdomen* y *jurar de guata* significan asegurar algo de modo muy enfático, y *apretar cachete*, *echarse el broiler* y *echarse a volar* son sinónimos de irse rápidamente. Combinada con un sufijo apreciativo, encontramos una de estas locuciones en el siguiente titular: «Cantante Celine Dion *jura de guatita* que no hace mímica en el escenario».

Los procesos de formación de las locuciones están semánticamente motivados. Así, *echarse el broiler* (un tipo de pollo o gallina) viene, evidentemente, de la locución coloquial *echarse el pollo*, del mismo significado y también presente en el medio: «Tapia *se echó el pollo* de la 'Roja'». La imagen es clara en el titular: «Lagos abre y Lavín *pone candado* a súper debate presidencial en TV», aunque es posible que ésta sea una figura discursiva y no una locución. *Parar la chala* (sandalia), expresión sinónima de morir, evoca claramente la posición de los pies de quien yace muerto. La locución presenta variantes como *parar las chalupas*, esta última recogida ya por Rabanales en 1959.

También son comunes las locuciones sustantivas. El amante de una mujer adúltera es el *patas negras*: «Asesinó a *patas negras* que entretuvo a su mujer mientras estaba en cana», (*cana*, cárcel). Una pelea puede ser una *casa de huifas*. Los conductores de microbús son (quizás con un dejo de ironía o bien con genuina admiración) *los ágiles del volante*. Por metonimia, en este caso la parte por el todo, se los llama también *los pantalones arrugados*, otra expresión que evoca una imagen vívida, fuertemente motivada. Es fácil captar la intensidad de la discusión en el titular: «Sigue *bolsa de gatos* por reformas laborales».

Además de las locuciones verbales y sustantivas, el periódico emplea locuciones adverbiales como *sin*

*siquiera despeinarse* para expresar que algo se hizo fácilmente; *de un zarpazo* para indicar que ocurrió de forma repentina, y *a concho* en el sentido de profundamente. Las locuciones adverbiales también contribuyen al sabor de oralidad del medio: «En el Lazio estoy *a la pinta*». Cabe aquí la expresión *con tutti*, a la que se hizo referencia con anterioridad. Tampoco faltan locuciones adjetivas como *de este porte*, es decir, muy grande. Idéntica función se observa en el titular: «Lavín y Lagos *con guantes de pelea*».

No faltan las comparaciones hipersémicas: «los cuatro embalses más importantes en la generación hidroeléctrica están *más secos que calcetín de legionario*», en otras palabras, no tienen agua. Como bien señala Rabanales, la hipersemia llega a tener el valor de verdadera figura del lenguaje. En este caso, una comparación hiperbólica que evoca una imagen exagerada y de gran comicidad. Imagine el lector algo «*más peligroso que piraña en bidé*». Cabe mencionar que la expresión aprovecha un esquema usual en el habla coloquial chilena y que recurre en el medio: *más tiritón que abuelito de Sandro*, *quebrándose más que un barquillo*, *durar menos que un candy*, *más tóxico que lengua de suegra*.

También se encuentran giros comparativos, frecuentemente en la forma de expresiones fijas o lexicalizadas: «*Como diuca* quedaron regiones III a X», es decir, muy mojadas; «Chile y Perú *como calzón y cachetes*», o sea, muy unidos; «matrimonio andaba *como el perro y el gato*», esto es, muy peleado. Los giros pueden emplearse en el marco de construcciones fuertemente figurativas: «En una atmósfera de alta tensión, con el aire espeso, *como para cortarlo con cuchillo*».

#### 4. JUNTANDO LAS PALABRAS

Frecuente es la anteposición de adjetivos calificativos, recurso que, en el decir de Rabanales, «expresa generalmente una apreciación subjetiva del que habla en oposición al carácter objetivo de la posposición del mismo». <sup>21</sup> Así, encontramos «esta *tranquilona* ciudad de la Quinta Región», «la *brutal* medida», «los *malditos* envenenamientos», «el *solemne* y *pomposo* Museo de Bellas Artes», «*colosal* edificación», «*coloridas* voladas», «*pobres* perritos callejeros» y

21. RABANALES, *op. cit.*, p. 268.

«*largos y afilados* estoques», entre muchos otros.

La modalización que aporta el adjetivo antepuesto al expresar el punto de vista del emisor es clara en el siguiente fragmento: «El intendente metropolitano, Ernesto Velasco, junto al dire de la Casa de Moneda, Fernando Silva, inauguraron un *salvador* sistema que sacará todo el *molesto* polvo en suspensión...»

Cuando *La Cuarta* dice que «Cobresal *le hizo boleta* a O'Higgins», no sólo reemplaza el verbo golear por la locución verbal *hacer boleta*, sino que también incorpora, en forma pleonástica, el clítico *le*, recurso, otra vez, propio de la oralidad. Lo mismo podemos observar en el titular «Diputado Udi *le tiró* otra querella *al* Nelson», donde el empleo del verbo *tirar*, el uso del artículo antes del nombre propio masculino y la incorporación del clítico redundante contribuyen a producir una oración de claro sabor oral y popular.

Incluso más, verbos que típicamente no se construyen con objeto indirecto, incorporan el denominado «dativo ético» o «de interés», como puede observarse en el siguiente ejemplo: «¡Pero no entre en bajón, compadre, porque en la cuarta semana del Bingote de Orégano *le* tenemos otros dos millones!» Ya Bello señalaba que este clítico en ciertas circunstancias otorga «un tono familiar y festivo a la oración». <sup>22</sup>

En el periódico no faltan tampoco las oraciones exclamativas: ¡*La «U» mató a Lazio!*, ¡*Chuatás, no me sale!*, ¡*Que vengan los polis, plis!*, ¡*Era que no!*, ¡*Así es, una guagua de un año y dos meses!*, ¡*Fanático lector de La Granja ya gritó Bingo en la cuarta semana!*

Los periodistas se sirven creativamente de los recursos para satisfacer objetivos como ironizar, entretener y construir una relación de complicidad con el lector.

Pueden encontrarse, incluso, vocativos, esto es, apelaciones directas al lector: «¡Atinen, *cabros!*» Y no faltan las interjecciones: «El ministro Germán Molina juró de guata en el piso que el aumento de la cesantía no pilló al gobierno por sorpresa (¡*Buht!*)»

Los conectores discursivos, expresiones como *por otra parte* y *del mismo modo*, también tienen sus

equivalentes humorísticos en el periódico. Además del ya mencionado *por otro lado*, encontramos el siguiente ejemplo: «*Igual, pascual*, el programa 'Plaza Italia', de Canal 2, fue distinguido por la asociación de papis».

##### 5. EL ARTE DE LA ESCRITURA

Julio Díaz recuerda a una periodista que construyó un glosario para escribir sus notas. El resultado «no tuvo pies ni cabeza», asegura el editor. Esto porque el diario no emplea un diccionario ni una gramática rígidos. Por el contrario, los periodistas se sirven creativamente de los recursos observados para satisfacer ciertos objetivos como ironizar, entretener y construir una relación de complicidad con el lector.

Muchos procedimientos como la sufijación, la paronomasia o la antonomasia se emplean por los redactores más allá del registro del habla popular a fin de acuñar expresiones como *la barra pop* o *Ciudad Gótica*. Todavía más, recursos que normalmente no se emplean en el medio pueden aparecer en contextos muy específicos, como cuando el periódico habla de *el Nelson*, para referirse al diputado Nelson Ávila. El empleo del artículo ante nombres propios masculinos, recurso típico de «nuestra clase popular», explica Rabanales, se justificaría en este caso por la proximidad del medio con este diputado, quien también se caracteriza por un especial uso del lenguaje.

En otras oportunidades, los periodistas aprovechan las palabras para crear imágenes complejas, muchas veces únicas, que caracterizan una situación

determinada. Así, sobre las reformas laborales se dice que éstas «no sólo causaron atados ayer en La Moneda, donde los caporales tienen anudadas hasta las cortinas para que la movida se apruebe». Para titular la petición de reajuste por parte de los profesores jubilados, se escribe que éstos «exigen *polvos Royal* en sus escualidas pensiones». Al expli-

22. Citado por RABANALES, *op. cit.*

car los efectos de un spray contra los delincuentes, se señala que «con el de 11 mil machacantes, el pillín queda para el minino, onda que le aparece el síntoma de la vaca loca, los ojos le quedan como roscas, la lengua se le da vuelta y se le chispan los pelos de las ñatas».

La ironía se logra mediante recursos simples

texto titulado «Pericia y suerte de piloto salvaron con vida a pasajeros de avioneta» del 25 de mayo de 1999. El narrador parte diciendo que el piloto Kuno Otipka salvó su vida y la de cuatro pasajeros mediante un aterrizaje de emergencia entre los cajones cordilleros al noreste de Vicuña. Luego, se remonta al despegue de la avioneta y a cómo cambiaron las

el narrador de 'La Cuarta', comprometido con el mensaje, suele construir a la víctima como un sujeto desvalido y al victimario como un ser desalmado.

como el uso de expresiones peyorativas – hablar de *matasanos* en vez de médicos, por ejemplo– o mediante el empleo de construcciones más complejas como cuando se dice que «Ex vigilantes del Metro se encariñaron con cajeros automáticos y los robaron». Irónico parece también el siguiente titular que recoge las expresiones de un psiquiatra dedicado a la ufología: «Extraterrestres odiosos se la pasan persiguiendo a científicos terrícolas».

Si bien el diario completo pretende ser entretenido, existen manifestaciones notables de humor, como en el titular: «Novia real británica salió con su mejor do de pecho en diario», o en la siguiente nota: «Las tremendas fiestocas que arman los animales del Zoológico Metropolitano cuando ya no quedan niños paseando y los revolcones que se pegan para no aburrirse en las horas de los apagones están dando sus primeros frutos, ya que ayer fueron presentados a la prensa 12 críos de varias especies nacidos en el lugar».

La complicitad del lector se construye no sólo apelando al humor. Otras emociones también tienen lugar, en gran parte gracias a la narrativización de las noticias, esto es, la construcción de relatos con víctimas, villanos, ambiente, suspenso, clímax, punto de vista y otras categorías características del género narrativo.

Una estructura recurrente, sobre todo en las notas policiales, consiste en uno o dos párrafos sumario donde se sintetiza lo que ocurrió y el relato cronológico que sigue los hechos desde su comienzo. Este procedimiento se ve, por ejemplo, en un

condiciones atmosféricas:

«En segundos, el temor se apoderó de todos, pues la nave bajó violentamente más de mil pies, mientras el piloto observaba que los cajones cordilleros se veían cada vez más cerca y sin la mínima posibilidad de hacer un viraje para salir del problema. Otipka se dio cuenta [de] que la situación no tenía vuelta y que debía arriesgarse y aterrizar en un plano. Encomendándose a Dios, encontró una pequeña superficie. Decidió tirarse y no bajar el tren de aterrizaje para que el avión pudiera deslizarse sin oponer mayor resistencia. Los pasajeros y el piloto, con los cinturones muy ajustados, se aferraron a sus asientos. El golpe fue caballo de grande. El avión se arrastró, el fuselaje chirrió y los tripulantes se movieron de un lado a otro. En un dos por tres, el ruido y el movimiento cesaron. No podían creerlo: estaban vivos».

Precisamente de esta narrativización suelen derivar las acusaciones de truculencia que se le formulan a *La Cuarta*. En la medida en que el periodista avanza cronológica y detalladamente en el relato de crímenes, se arriesga a entregar ciertos datos que podrían juzgarse como informativamente innecesarios y morbosos. El siguiente ejemplo está tomado de la noticia «Nochero de un hogar para deficientes mentales encerró y violó a una niña» del 24 de mayo de 1999. Dice: «El depravado se deslizó al interior de la pieza y tapándole la boca a la enfermita para impedir que gritara, la tomó en brazos y trasladó hasta una oficina, que a esa hora estaba desocupada. Allí la despojó de sus ropas y la ultrajó sin conmiseración».

En estos casos, el periodista de *La Cuarta* suele

entregar información a la que es dudoso que haya tenido acceso. El ruego del piloto al comenzar el aterrizaje o los detalles de la conducta del criminal pueden ser falsos. Parecen ser datos más motivados por la imaginación creativa de quien escribe que por un reporte efectivo.

La narrativización busca involucrar emocionalmente al lector. Para ello, el narrador de *La Cuarta*, comprometido con el mensaje, suele construir a la víctima como un sujeto desvalido –en este caso, una menor que sufre de parálisis– y al victimario como un ser desalmado, un «depravado» que «ultraja sin conmiseración». Este mismo esquema se observa, en otras noticias, entre una «enfermita mental» y el nochero de un hogar para deficientes mentales; un joyero de 78 años y tres delincuentes que lo asesinan; un paciente y un médico que amputa su pene; varios jóvenes y el doctor que las «manoseaba luego de anestesiarlas»; diez menores y dos travestis que los explotan sexualmente.

La caracterización de los personajes involucrados en la noticia se construye, entre otros mecanismos, mediante recursos de vocabulario que expresan la actitud del narrador hacia ellos. En el caso del crimen del joyero, las opciones léxicas del titular y el epígrafe explicitan que se trata de «un anciano joyero», asesinado por «rufianes». En la noticia del comercio sexual de menores, se habla de «esclavos sexuales», «peques», «menores famélicos, desnutridos y andrajosos», «muchachitos y niñas» para referirse a las víctimas. A ellos se oponen los «homosexuales»

o «travestis», a quienes también se hace alusión como «traficantes de niños», «invertidos», «el primero menor de edad y el segundo un viejote de 33 años» y «las dos ‘dueñas’ de casa». Como si estas denominaciones fueran pocas, el narrador llega a afirmar que los vecinos «vieron en ambos invertidos, la esencia misma del mal vivir».

#### LA RETÓRICA DE LA ORALIDAD

Como puede observarse, a través de diversos procedimientos lingüísticos y discursivos, *La Cuarta* va configurando un lenguaje que la distingue del común de los medios de prensa. Los distintos recursos fónicos, morfológicos, léxicos, sintácticos y discursivos confluyen para producir un mensaje capaz de despertar emociones que van desde la risa hasta la compasión y el rechazo, implicando afectivamente al lector. Esto se consigue mediante el uso de recursos propios del habla popular, como se analizó en los párrafos anteriores, y la incorporación de un registro más próximo a lo oral que el común de los medios; ambas, características relacionadas, pues el lenguaje popular se manifiesta típicamente en la oralidad.

La adopción de un registro cargado de oralidad se observa en el siguiente pasaje: «Por fin *los chascones* de la Confech pudieron *chacharear de lo lindo*». Las expresiones destacadas no sólo resultan populares sino que, al mismo tiempo, evocan una situación comunicativa hablada, la que llega a su extremo en la sección de servicio público «El dedo

### La galería de los oficios

Forma común	La Cuarta
campesinos	campechanos
carabineros, policías	polis, verdosos, verdes, sabuesos
choferes de micro	pantalones arrugados, ágiles del volante
ciclistas	cletos
delincuentes	patos malos, hampones, cacos, manilargos
detectives	Sherlock Holmes, ratis
estudiantes	pingüinos
grandes empresarios	jaguars grandotes
marinos	popeyes
médicos	matasanos, galenos, docs
periodistas	ágiles de la prensa
vendedores ambulantes	mercachifles ambulantes

## Los titulares de la noticia

En general, *La Cuarta* no tiene una pauta propia. Sus noticias suelen ser las mismas que las de los otros periódicos, aunque «traducidas» en un lenguaje distinto, como ilustran los siguientes titulares:

El Mercurio, 27/9/99 En camino a Lonquén <b>Conductor Ebrio Atropelló a Grupo de Ciclistas Evangélicos 5 heridos</b>	La Cuarta Se quedó dormido al volante, manejando contra el tránsito: Cuatro niños graves <b>Chofer con la pipa arrolló caravana de ciclistas evangélicos:</b>
El Mercurio, 30/9/99 664.750 Cesantes: <b>Desempleo en Junio-Agosto Llegó a 11,5 %</b>	La Cuarta Autoridades juran de guata en el suelo que próximo mes se arregla el pastel <b>Ni Mandrake, el mago, tiene pega: Desempleo llegó a 11,5 por ciento</b>
La Nación, 8/9/99 Fenómeno, inusual en este mes, causó la muerte de una persona y aislamiento de otras <b>Frente frío y nevazón trajo alegría, pero también mató</b>	La Cuarta Llueve que da gusto y se reduce déficit <b>Chilito hace "glu glu" desde La Serena hasta Coyhaique</b>
La Tercera, 26/9/99 Denuncian que vulnera legalidad <b>Suplementeros se oponen a diario gratuito del Metro</b>	La Cuarta Alegan contra el Metro por seguro de cesantía <b>Suplementeros patean la perra por nuevo diario</b>
Las Últimas Noticias, 26/9/99 <b>La CIA busca espías</b>	La Cuarta Publicó en Internet un aviso de trabajo <b>La CIA ofrece peguita a mentirosos simpáticos</b>

El empleo de un lenguaje informal en ciertos titulares también se observa en otros periódicos, como *El Metropolitano*:

El Metropolitano, 1/10/99 <b>Usuarios suben nota a Fonasa</b>	La Cuarta Pero muchos andan colgados con beneficios <b>80,9% de la barra pop halla bacán a Fonasa</b>
El Metropolitano, 1/10/99 <b>"Duros" dieron la bendición</b>	La Cuarta Ponen mosca a acuerdo <b>Transportistas hacen lulo con el famoso paro</b>

Otra excepción, más generalizada, al tratamiento «serio» en los titulares, se advierte en las noticias deportivas, específicamente en las del fútbol. En esta materia, medios tradicionales como *El Mercurio* se atreven a jugar más con el lenguaje, lo que diluye el contraste entre sus titulares y los de *La Cuarta*.

La Tercera, 27/9/99 <b>IGUALARON HASTA EN BOSTEZOS</b>	La Cuarta Igualaron a una pepusia en San Carlos <b>Pirulos y lilas a la buena</b>
El Mercurio, 27/9/99 La U venció 5-0 a Palestino y estableció una nueva marca <b>Cinco...mentario</b>	La Cuarta U. de Chile boleteó 5 a 0 a Palestino y completó 27 fechas invicta <b>Sinfonía azul y récor superado</b>
Las Últimas Noticias, 2/11//99 Ríos contra Chang en París <b>A Matar La "Bestia Negra"</b>	La Cuarta Ríos enfrentará a Chang en tercera ronda <b>Duelo de Chinos en Abierto Parisino</b>
La Nación, 2/11//99 Clásico TV Nacional de Chile <b>"Sirena Azul" no destifó</b>	La Cuarta Los que pagan en el Club <b>Sirena Azul posó ante las cámaras</b>

en la llaga», presentada como un diálogo telefónico entre un periodista y un lector. Aquí se lee, por ejemplo:

«—¡Aaaah, buena onda!

—¡Lo máximo! ¡Ah! Y se me olvidaba que con el programa Chile Barrio le busca con tutti una solución al problema de los campamentos de allegados. Póngale las chas gracias de todos los vecinos de Cerrillos. Chaito».

El ejemplo ilustra cómo varios de los rasgos que caracterizan el lenguaje típicamente oral, a saber, la presencia de regionalismos, la relevancia de la expresividad del lenguaje y el contacto con el receptor, entre otros,<sup>23</sup> son característicos de *La Cuarta*, tal y como la campaña publicitaria lo sostuvo.

No obstante, por tratarse de un medio escrito, inevitablemente la oralidad no puede manifestarse en forma absoluta. Interesante, a este respecto, resultan ejemplos como el titular «*Minoca súper ordi* en asalto a banco». Ahí se observa la coexistencia de recursos típicamente orales, destacados en el pasaje, y propiedades típicamente escritas, que van desde el uso de expresiones como «asalto a banco» hasta la ausencia de los artículos.

En este sentido, más que una expresión de pura oralidad, *La Cuarta* parece construir un efecto de oralidad a través de los diversos recursos que se han señalado. El empleo estilístico de éstos en un discurso que, por otra parte, no se escapa del todo del periodismo escrito, puede observarse en los siguientes ejemplos:

• «Y es este último puntete el que tiene saltón al

• «Tras pegarse el pique a los campamentos Carlos Oviedo, de Puente Alto y Los Areneros de los Morros, de Buin, donde desayunó con la claqué de esos pagos un té con un par de marraquetas, el abanderado de la opo, Joaquín Lavín, prometió que en sus tres primeros años de gobierno terminará con la situación en que viven 100 mil allegados.»

Los recursos parecen operar sobre un lenguaje periodístico más tradicional, donde pueden encontrarse conectores como *tras*, cláusulas adjetivas encabezadas por el pronombre *quien*, adjetivos modalizadores como *eventual*, el uso del futuro sintético (*terminará*) en vez del analítico (*va a terminar*), sustantivos propios yuxtapuestos como *Ricardo Lagos*, *Joaquín Lavín* y *Álex Figueroa*, etcétera. En este sentido, el periódico no reproduce el «habla real» sino que, más bien, incorpora al lenguaje de la prensa recursos gramaticales típicos de esta habla. La ausencia de estos recursos en el común de los diarios lleva, probablemente, a que su presencia en *La Cuarta* se interprete como marca de un lenguaje popular y oral cargado de afectividad y, muchas veces, de humor.

#### CONCLUSIONES

En su primer número, en 1984, *La Cuarta* presentó una carta del director en que exponía su misión: «¿Sabe cuál es la idea? Que seamos amigos, que nos conozcamos, estableciendo lazos de amistad y comunicación». Este proyecto de un diario que se ofrece al lector como «un amigo para desahogarse

23. Una caracterización más completa de las propiedades del lenguaje oral se encuentra en LUDWIG, RALPH: «L'oralité des langues créoles - 'agrégation' et 'intégration'», en *Les créoles*

La retórica de la oralidad no corresponde a la búsqueda de un lenguaje deficitario más accesible para quienes carecen de un adecuado manejo de la lengua escrita.

ministro de Salud, Alex Figueroa, quien ayer dio cuenta de su julepe por el eventual aumento de casos de niños quemados por los malditos fuegotes de artificio en las celebraciones del Día del Juicio Final.»

• «Dispuesto a que el caballito de metal vuelva a pampear por los rieles de Jaguarlandia se mostró ayer el candidato de la Concertación, Ricardo Lagos.»

y un hombro fraterno donde llorar sus penas» explica las opciones por un lenguaje oral y popular donde no sólo importa lo informativo sino también las emociones.

Observada desde el periodismo, la preponderancia que asume el denominado lenguaje afectivo en *La Cuarta* parece contradecir la función esen-

*français entre l'oral et l'écrit*, Gunter Narr Verlag, Tübingen, 1989 y BIBER, DOUGLAS: *Variation across speech and writing*, Cambridge University Press, Cambridge, 1988.

## Nombres del pueblo

Gentilicio	La Cuarta
alemán	otto
árabe	baisano
argentino	che
chileno	chilensis
costarricense	tico
estadounidense	gringo, yanqui
italiano	tano
mexicano	cuate
peruano	chilito
Chile = Jaguarlandia, Chiwi, Chilito	

cialmente informativa de los diarios. En un periódico que se autodenomina «amigo» y «pretende identificarse con quienes siempre han estado como dejados de la mano de Dios», la información es sólo una parte. Tan importante como ella, resulta el vínculo que se construye entre el medio y sus lectores.

Estas dos funciones centrales del lenguaje, información y vínculo, toman el nombre de transaccional e interaccional en el libro *Análisis del Discurso* de los lingüistas británicos Gillian Brown y George Yule.<sup>24</sup> La primera, referida al uso del lenguaje como medio para transmitir contenidos y la segunda, a la expresión de relaciones sociales y actitudes personales.

Precisamente el énfasis en el vínculo que manifiesta *La Cuarta* sugiere que la retórica de la oralidad no corresponde a la búsqueda de un lenguaje deficitario más accesible para quienes carecen de un adecuado manejo de la lengua escrita, independientemente de que la creación de un clima afectivo también favorezca la entrega de contenidos. En vez de ello, el lenguaje de *La Cuarta* construye una situación de conversación con el lector, implicándolo tanto cognitiva como afectivamente.

Desde esta perspectiva, en el periódico se expresa una visión compleja del lenguaje como un instrumento polifuncional, más cercano a las situaciones comunicativas básicas del ser humano – ligadas a grupos con estrechos vínculos sociales y

afectivos– que a las de la academia y los departamentos de prensa –vinculados a grupos más difusos e impersonales–. «Si lo oral implica la proximidad social, lo escrito (en su forma más pronunciada) se dirige al desconocido», ha llegado a sostener el lingüista alemán Ralph Ludwig.<sup>25</sup>

El mismo privilegio de la función interaccional explica el empleo de los recursos populares de expresión de afectividad observados en este artículo. Mientras más se desciende a lo que Oroz denominó «las esferas del bajo pueblo» más aumentan los fenómenos de orden emocional. Como dice Rabanales, «es en el ambiente familiar y vulgar donde la lengua cumple mejor su función expresiva, esto es, en nuestro caso: al servicio de la vida afectiva».<sup>26</sup>

De hecho, es posible que este vínculo de lo popular y la emotividad tenga hondas raíces en nuestra propia idiosincrasia, como se ha sugerido. Maximiliano Salinas, quien se dedica a la investigación sobre mentalidad y culturas populares, afirma que «uno de los rasgos más importantes del pueblo chileno es su visión cómica del mundo expresada en un lenguaje festivo forjado a través de los siglos»,<sup>27</sup> idea compartida por los trabajos de Oroz y Rabanales a los que ya se ha hecho referencia. Si estos autores tienen razón, se confirma que la popularidad de *La Cuarta* no tendría tanto que ver con el sensacionalismo tal y como éste se da en periódicos estadounidenses y europeos, sino con el empleo de un lenguaje profundamente arraigado en la cultura popular. **CI**

24. BROWN, GILLIAN y YULE, GEORGE: *Discourse analysis*, Cambridge University Press, Cambridge, 1983.

25. LUDWIG, RALPH, *op. cit.*, p. 17.

26. RABANALES, AMBROSIO, *op. cit.*, p. 206.

27. SALINAS, MAXIMILIANO: *En el chileno el humor vive con uno*, LOM, Santiago, 1998, p. 5.