

# LA FUENTE AUTORIZADA Y SUS DIFERENTES USOS EN TEXTOS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN

SARA LONGOBARDI

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI SUOR ORSOLA BENINCASA

**Abstract** - Este estudio indaga cómo el recurso a la fuente autorizada se usa con finalidades diferentes en un corpus de 172 columnas de opinión procedentes de dos periódicos españoles de opuestas ideologías políticas, *ABC* y *El País*, y que tratan temas relacionados con la mujer. En concreto, se analiza cómo el uso de datos estadísticos, en *ABC*, se emplea como argumento de autoridad que confiere validez a la argumentación, mientras que, en *El País*, se considera un punto de partida para reflexionar sobre las causas de la desigualdad que experimenta la mujer en la sociedad actual.

**Keywords:** columna de opinión; mujer; argumento de autoridad; análisis del discurso.

## 1. Introducción al estudio, hipótesis y objetivos

El uso de la polifonía, es decir, la presencia de diferentes voces en un texto, es un recurso retórico provechoso del discurso argumentativo. En los textos periodísticos, son varias las ocasiones en las que el autor acude estratégicamente a este mecanismo y también son diferentes las finalidades de esta práctica. Mediante citas directas, indirectas o indirectas libres, el periodista traslada voces diferentes de la suya para introducir en el discurso opiniones y puntos de vista: o bien para apoyar argumentos propios, o bien para rechazarlos.

El argumento de autoridad forma parte de las numerosas estrategias que se basan en el mecanismo polifónico y prevé que una voz ajena se puede citar para atribuirle la responsabilidad de los enunciados o para que sea garante, por su prestigio, de la validez de los argumentos presentados (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2007, p. 39). De hecho, este mecanismo se funda en el principio de que una aserción que ha sido afirmada por un locutor autorizado constituye una fuente creíble de información que garantiza la justeza de la aserción. Por lo tanto, la argumentación por autoridad hace hincapié en la credibilidad de la autoridad a la que se hace referencia, en el valor que se le otorga en la sociedad y en la dificultad de contradecir dicha autoridad (Plantin 2015, p. 145). La *fuentes autorizada* puede ser de diferentes tipos: las autoridades humanas, o sea locutores que disponen de autoridad por

su papel social, la autoridad de los expertos especializados en un tema y de los profesionales, la autoridad de los grandes actores anónimos (la opinión, la ciencia, el consenso universal, el tiempo, la sabiduría de los mayores, etc.) y, por último, la autoridad dogmática o religión (Plantin 2015, pp. 148-149). En los estudios acerca de la Teoría de la Argumentación se distingue también entre *autoridad polifónica*, la que permite considerar una proposición con mayor verosimilitud, y *razonamiento de autoridad*, que autoriza a deducir una conclusión a partir de una proposición (Ducrot 2001, p. 150). En todo caso, se usa un argumento de autoridad cuando se indica que una proposición fue, es o podría ser objeto de aserción y, al mismo tiempo, se presenta ese hecho como capaz de otorgar mayor fuerza a la proposición.

En este trabajo se analiza cómo la referencia a una determinada fuente autorizada, en columnas de opinión procedentes de diarios de opuestas ideologías políticas, se puede usar también como punto de partida para introducir una matización o incluso una refutación del argumento de autoridad. Con este propósito, se han considerado los textos en los que se hace referencia a estadísticas procedentes de encuestas y sondeos realizados en España acerca de la desigualdad entre hombre y mujer. Esta elección se debe a que, en el corpus de estudio, se detecta un difundido recurso a este tipo de información tanto en los artículos de *ABC* como en los de *El País*, pero con diversas modalidades.

Objetivo de este estudio es justamente averiguar en qué casos dicha fuente autorizada se usa como garantía de la argumentación propia y en qué ocasiones, en cambio, sirve como input para la construcción de una argumentación diferente. La hipótesis es que en *ABC* se emplee para validar argumentos y en *El País* para introducir otros. Todo esto se examina en relación con la creación discursiva de la imagen de la mujer para indagar, a la vez, si existe convergencia entre los usos argumentativos y la transmisión de una específica imagen de mujer. La hipótesis es que a través de los textos de *ABC* se divulga una imagen de mujer más tradicional, con valores y actitudes típicamente atribuidos a la figura femenina; mientras que, en *El País* se da una idea de mujer diferente, más actual, que rompe los estereotipos femeninos.

## 2. Descripción del corpus

Con el fin de detectar qué opiniones acerca de la mujer se difunden hoy en día en la sociedad española y qué diferencias ideológicas acerca del tema existen entre periódicos de orientación política opuesta se ha construido un corpus de estudio de 172 columnas de opinión, 118 procedentes de *El País* y 54 de *ABC*, publicadas entre 2023 y 2024.

Este corpus proviene de otro más amplio, que se compone de 2.687 textos

periodísticos de diferentes tipologías, 1.122 recabados en *ABC* y 1.565 en *El País*. Todos los artículos pertenecen a la sección “Mujeres” de los dos diarios. Se trata de un espacio dedicado a las noticias relativas a la mujer, debido a la gran importancia que cubren hoy en día los debates relacionados con ella, como, por ejemplo, la violencia machista, el feminicidio, la igualdad de género, la ruptura del techo de cristal, por citar algunos temas.

La elección del género textual, la columna de opinión, se ajusta a las finalidades del estudio. De hecho, se trata de una tipología de texto encaminada a transmitir un punto de vista específico respecto de temas de actualidad: el columnista incluye una valoración y una argumentación finalizada a crear una opinión a partir de la propia y difundirla en el intento de convencer al lector para que esté de acuerdo (Becerra Hiraldo 2019; Escribano 2008; Fuentes Rodríguez 2017; Moreno Espinoza 2007; Yanes Mesa 2004).

### 3. Metodología

La metodología empleada es el Análisis del Discurso a partir de una perspectiva lingüístico-pragmática (Fuentes Rodríguez 2017[2000]). La Lingüística pragmática es un método de análisis que parte de las consideraciones de los modelos modulares de Roulet y de la Lingüística textual de Adam. Se trata de organizar todos los elementos que influyen en la construcción de un texto (elementos morfosintácticos, fonéticos, semánticos, aspectos cognitivos, características de la situación comunicativa, intención de los hablantes) en tres niveles (microestructural, macroestructural y superestructural) y cuatro dimensiones (enunciativa, modal, informativa y argumentativa) que permiten configurar las relaciones y las funciones de las distintas partes del discurso.

También se tienen en cuenta, como marco teórico de este trabajo, los estudios llevados a cabo en el campo de la Teoría de la Argumentación en la Lengua por la escuela francesa (Anscombe y Ducrot 1994; Ducrot 2001), en cuya línea se enmarcan investigaciones más recientes que se ocupan del análisis de las estrategias lingüísticas en uso en los textos argumentativos y persuasivos (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2002; 2007; Fuentes Rodríguez 2021).

Para el análisis del corpus se usa el software Atlas.ti, que ayuda al investigador en el análisis cualitativo de textos y en la cuantificación de los resultados.

## 4. Análisis argumentativo de las columnas de opinión del corpus

El análisis cuantitativo de los textos, llevado a cabo a través del software Atlas.ti, permite resumir los resultados como sigue. Entre las 54 columnas de *ABC* hay 26 (el 48%) que informan estadísticas. Entre ellas hay 20 (el 77%) que las usan como voz garante de lo dicho. De las 118 columnas de *El País* hay 51 (44%) en las que aparecen estadísticas que se emplean como argumento de autoridad en 19 (36%).

En los siguientes apartados se muestra el análisis cualitativo de algunos de los textos del corpus, seleccionados por considerarse representativos del colectivo estadístico de referencia.

### 4.1. Análisis de los textos de ABC

En el siguiente fragmento de texto, procedente de una de las columnas de opinión de *ABC*, se observa cómo se emplean los datos del INE como argumento de autoridad:

Han pasado seis años desde que se publicó mi libro ‘Afrodita Desenmascarada. Una defensa del feminismo liberal’ (Deusto, 2017) y cinco años desde que Berta González de Vega lanzara, con la firma de muchas mujeres, el manifiesto ‘No nacemos víctimas’, que hoy se encuentra en la plataforma Substack. Me gustaría decir que, desde entonces, la situación de las mujeres españolas ha mejorado. Pero los datos hablan por sí solos. De acuerdo con las cifras del INE, la violencia no ha disminuido, sino aumentado. Los escándalos referentes a niñas tuteladas por el Estado que son objeto de tráfico sexual no se han saldado con las condenas que cabría esperar. Las leyes promulgadas con más prisa que previsión han resultado en la rebaja de condenas y, en algunos casos, puesta en libertad, de delincuentes sexuales. (Blanco María, “Feminismo de falsa bandera”, *El País*, 08/03/2023)

En este artículo, la columnista pretende afirmar que las mujeres españolas siguen siendo víctimas de violencia. La autora pone de relieve el hecho de que la denuncia de la violencia contra las mujeres y la lucha para poner fin a esta siguen desde hace años. Lo demuestran algunas informaciones que nos da: ella misma se comprometió en la defensa de las mujeres mediante la escritura de su libro hace seis años (el libro es de 2017 y el artículo es de 2023); añade que han pasado cinco años desde la creación del manifiesto ‘no nacemos víctimas’. Dichas referencias temporales sirven para tres propósitos: en primer lugar, constituyen un apoyo argumentativo a su tesis, o sea, que la violencia no ha disminuido; en segundo lugar, le otorgan confiabilidad como interlocutor consciente de lo que dice y experto, ya que ha escrito un libro sobre el tema; en tercer lugar, establecen un punto de partida sólido para confutar posibles contrargumentaciones. De hecho, a continuación, escribe

“me gustaría decir que, desde entonces, la situación de las mujeres españolas ha mejorado”. Con este enunciado se hace eco de una eventual afirmación opuesta a la suya, “la situación de las mujeres españolas ha mejorado”, que resulta imposible gracias a lo que ha expuesto anteriormente y a lo que añade después, “pero los datos hablan por sí solos”. A seguir, introduce las cifras del INE como argumento de autoridad, una voz irrefutable que informa sobre la violencia contra la mujer en perfecta asonancia con su tesis: la situación de la mujer no ha mejorado.

Los porcentajes procedentes de un sondeo del CIS también constituyen un argumento de autoridad en el artículo a continuación:

Según el sondeo del CIS, el 44% de los hombres –entre los jóvenes de 16 a 24 años el porcentaje crece hasta el 51,8%– cree que la defensa de la mujer se ha pasado de rosca, y que ahora se les discrimina a ellos. Esta percepción es compartida, lo que es más llamativo, por una de cada tres mujeres. Es decir, para una parte importante de la sociedad se ha pasado de la discriminación positiva de la mujer, un concepto hoy recogido legalmente en muchos ámbitos como vía para recortar la distancia respecto al universo de poder masculino, a la segregación del hombre por el mero hecho de su sexo. (Contreras Manuel, “Boomerang feminista”, *ABC*, 23/01/2024)

En este artículo se retoman los datos del sondeo del CIS sobre la percepción que la población tiene acerca de las desigualdades entre hombres y mujeres. Resulta que el 44% de los hombres piensa que son ellos los que están sufriendo discriminación hoy en día. El columnista, además, confiere todavía más importancia a esta información añadiendo un porcentaje más alto dentro de un inciso, “–entre los jóvenes de 16 a 24 años el porcentaje crece hasta el 51,8%–”, que refuerza argumentativamente su discurso. De todos modos, el periodista no se limita a indicar estos porcentajes, sino que evidencia el dato que se refiere a lo que opinan las mujeres a este propósito: “esta percepción es compartida, lo que es más llamativo, por una de cada tres mujeres”. Se pone de relieve el segmento mediante el comentario parentético “lo que es más llamativo” que: por un lado, captura la atención del lector preparándolo a la recepción de la información y predisponiéndolo a una actitud de sorpresa hacia este; por el otro, constituye una argumentación implícita, es decir, si las mujeres también lo piensan tiene que ser verdadero.

Los resultados del sondeo del CIS, por lo tanto, se usan como argumento de autoridad, a saber, se informan como datos fiables que nos dan cuenta de la situación actual. El autor, además, usa esta fuente autorizada como base garante de su deducción final, una conclusión que presenta un indiscutible sesgo político y un ataque a la ideología opuesta, pero también al feminismo (como ya dejaba intuir el título “boomerang feminista”):

el feminismo se ha convertido en un argumento troncal en la estrategia política de la izquierda y se ha generado toda una industria de la reivindicación que

mueve mucho dinero. Así, la convergencia de sexos deja a la izquierda sin discurso y al activismo sin negocio. (Contreras Manuel, “Boomerang feminista”, *ABC*, 23/01/2024)

El mismo sondeo del CIS sobre la percepción de la igualdad entre hombres y mujeres aparece también en otras columnas de *ABC*. En la que sigue, se usa como argumento de autoridad para respaldar la tesis de la articulista, que se explicita en la primera parte del texto atribuyendo, además, a otra voz las palabras que, en realidad, expresan su opinión: “Dijo Borne que había podido comprobar que aún queda camino por recorrer para la igualdad entre mujeres y hombres”. Una tesis que se repite hacia el final de la columna, “queda mucho por hacer”, justo antes del cierre, pero después de la inserción del argumento de autoridad:

El CIS ha hecho su primera encuesta, Chispas, sobre las percepciones de la igualdad entre hombres y mujeres. El 44,1 por ciento de los hombres está «muy o bastante de acuerdo» con que «se ha llegado tan lejos en la promoción de la igualdad de las mujeres que ahora se está discriminando a los hombres». Y eso también lo piensa el 32,5 por ciento de las mujeres. (Belmonte Rosa, “La pistola”, *ABC*, 15/01/2024)

El sondeo representa, una vez más, un apoyo argumentativo a la idea de que las mujeres todavía viven una situación de desigualdad y discriminación de la que, encima, no hay consciencia en la sociedad actual. Y la descripción de dicho *status quo* se presenta como verdadera y objetiva gracias a la garantía que proviene de los números del sondeo, una fuente de autoridad irrefutable. El encadenamiento argumentativo de la columna, sustentado por este argumento de autoridad, da paso a la conclusión que confirma la existencia de una fuerte condición de desigualdad en la que viven las mujeres:

Jesulín ha cumplido 50 años. Le han preguntado si va a tener más hijos y ha dicho que no. «Yo tengo la pistola». Por él no pasan los años. Es como hace 10. Mirad, niñas, hace 15 hubo un presidente negro de EE. UU. Antes que una mujer. Y seguro que habrá antes curas casados que mujeres sacerdotes. (Belmonte Rosa, “La pistola”, *ABC*, 15/01/2024)

## 4.2. Análisis de los textos de El País

Adviértase cómo se usa el sondeo del CIS sobre la percepción de la igualdad entre hombres y mujeres en uno de los artículos de *El País*:

Según la última encuesta del CIS, el 44% de los hombres cree que los avances feministas han llegado demasiado lejos y ahora los discriminados son ellos. Me sorprendió lo justo. En la última semana, Fernando Savater y Félix de Azúa, veteranos e ilustrísimos columnistas de este diario, han causado baja y han deplorado en otras cabeceras la alta cantidad y la baja calidad de las señoras periodistas de esta casa. Hablan de mediocre “invasión femenina” y de

“terror feminista” en una Redacción que hace lustros que no pisan. Están en su derecho. Lo de la mediocridad va en gustos, y quizá prefieran a colegas que no les molesten, que les rían las gracias, que protesten, pero bajito. Con su puntito feminista y canalla, vale, pero dentro de un orden, y, sobre todo, sin tocarles a ellos sus atributos ni rebatirles sus tribunas. Lo del terror puedo entenderlo. El mundo ya no es ni será como era, y algunos, o no se han enterado, o, peor aún, para quien aspira a interpretarlo, no quieren enterarse. Qué pena. (Sánchez-Mellado Luz, “Terror feminista”, *El País*, 01/02/2024)

La periodista presenta los resultados del sondeo y los comenta con un enunciado, “Me sorprendió lo justo”, a través del que, al hablar en primera persona singular, se responsabiliza de lo que dice, de su opinión y reacción ante los hechos. Expresa, de este modo, una actitud de desilusión respecto a estos datos (al usar el verbo *sorprender* indica que son datos que deberían extrañar, impactar, asomar, por alguna razón) e introduce, a la vez, el concepto de que se lo esperaba, preparando al lector a la explicación que seguirá sobre el porqué no está sorprendida. Relaciona la situación reflejada por el sondeo con una actitud difundida en la sociedad de hoy de la que son culpables los hombres e incluso famosos columnistas del periódico por el que ella misma trabaja: la crítica al feminismo y su menosprecio. La autora no se limita a encontrar las causas, sino que también las comenta explicando que se trata de ataques que esconden una autodefensa masculina y el miedo a ser privados de sus privilegios. En conclusión, en este texto, los porcentajes del CIS representan un estímulo a profundizar las causas de la difusión de determinadas ideas en la sociedad española actual, a ir a la raíz del problema.

El mismo sondeo aparece también aquí:

Unos meses después, la ironía se le ha vuelto en contra: resulta que el 44% de los varones españoles deben de ser colegas de Pedro Sánchez. Es el porcentaje de los que creen que “se ha llegado tan lejos en la promoción de la igualdad de las mujeres que ahora se está discriminando a los hombres”, según el CIS. En el caso de las mujeres, la cifra se reduce al 32%. [...] De lo que está harto parte de ese 44% no es tanto de la discriminación positiva en oposiciones, sino de los discursos a brocha gorda o de las homilias con forma de chiste de las nuevas Bertines y Arévalos, que ya no se explayan en cintas de gasolinera, sino en podcasts donde se ríen de los heteros básicos que se mosquean cuando pierde el Atleti. De lo que están hartos no es tanto de las subvenciones públicas al empleo femenino, sino de la monserga de la nueva masculinidad, que ahora nos viene con que los hombres también lloran, como si no lo supiéramos como mínimo desde la *Iliada*. A algunos les gustaría pensar que ese 44% de españoles —y ese 32% de españolas— son o malos o idiotas, machistas y negacionistas de la desigualdad entre hombres y mujeres. Pero no: al preguntar por todo lo anterior, el CIS se ha encontrado con que una amplísima mayoría reconoce las desigualdades entre sexos a la hora de ascender laboralmente, conciliar o en las tareas de cuidados. (Simón Ana Iris, “Los amigos cuarentones de Pedro Sánchez”, *El País*, 20/01/2024)

En esta columna, los datos procedentes del sondeo se interpretan. La periodista aclara que la percepción de discriminación por parte de los hombres no debe de entenderse como oposición a la discriminación positiva o a las políticas emprendidas para que las mujeres alcancen la igualdad, sino, más bien, como una reacción a algunas actitudes feministas extremistas que se están difundiendo y que miran a denigrar algunos aspectos de la masculinidad. Además, concluye precisando que “una amplísima mayoría reconoce las desigualdades entre sexos”. De todos modos, aunque se despliega una defensa de las personas que participaron en la encuesta, cabe notar que si la columnista ha advertido la necesidad de defenderles significa que, en un primer momento, ella también percibió que los datos eran para considerarse negativos. Para concluir, en este texto, los números no se usan como algo que hay que asumir y considerar inequívoco, sino como algo que necesita interpretación a través de espíritu crítico.

Léase un ejemplo más del tratamiento de los porcentajes del sondeo del CIS en una columna de *El País*:

Conviene mirar los números de cerca, hacerlos hablar. En 2021, la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción dio a conocer una encuesta: uno de cada cinco varones españoles de entre 15 y 29 años consideraba que la violencia machista no existía o era un “invento ideológico”. La encuesta se repitió en 2023: ahora uno de cada cuatro (23%) consideraba lo mismo y, en el caso de las mujeres, el porcentaje era del 13,2%. Los números habían aumentado mucho en relación a 2019, cuando los varones que sostenían esa creencia alcanzaban el 12% y las chicas el 5,7%. En la Argentina, según la Defensoría del Pueblo, los femicidios crecieron en 2023 un 33% en relación a 2022. En Perú, según el Ministerio de la Mujer, pasaron de 130 en 2022 a 165 en 2023. En Brasil, según el Fórum Brasileño de Seguridad Pública, en el primer semestre de 2023 hubo un 2,6% más que en el mismo período de 2022. En España, en 2023, hubo siete femicidios más que en el año anterior. El “invento ideológico” crece, y cada vez más jóvenes creen que la masacre es un cuento. En enero de 2024, una encuesta del CIS reveló que el 51,8% de los varones españoles de entre 16 y 24 años considera que las políticas de igualdad hacen que ahora sean ellos los discriminados. El 32,5% de las mujeres cree lo mismo. No están solos en su convencimiento. A modo de ejemplo, Javier Milei, el presidente argentino de ultraderecha, cerró el Ministerio de la Mujer y durante su campaña decía: “No tengo por qué sentir vergüenza de ser un hombre blanco, rubio y de ojos celestes. No le voy a conceder nada al marxismo cultural”. ¿El poder valida la idea de los ciudadanos, los ciudadanos se apropian de la idea del poder? Detrás de los números hay telarañas que atrapan cosas peligrosas —negaciones, deseos de venganza— con las que se alimentan criaturas agazapadas a la espera de saltar y de tragarnos vivos. (Guerriero Leila, “Mujeres muertas, números vivos”, *El País*, 10/02/2024)

La autora muestra que el porcentaje de los que niegan que exista la violencia machista ha ido creciendo en los últimos años. Pero, a seguir, indica que los números de las víctimas de femicidio también han aumentado en los



últimos años en diferentes países. Crea, así, un paralelismo tanto paradójico como estratégico desde el punto de vista argumentativo, ya que demuestra que el feminicidio no es un “invento ideológico”, como opinan los entrevistados. Después, hace referencia también al sondeo del CIS cuyos resultados revelan que hombres y mujeres españoles creen que los discriminados hoy son los hombres. Comenta el dato relacionando esta opinión colectivamente compartida con la influencia que los discursos de los políticos que están en el poder tienen en los ciudadanos y pone el ejemplo de las palabras Javier Milei, el presidente argentino de ultraderecha. Su análisis crítico y sociohistórico termina con una conclusión con tonos aterradores, en la que sugiere las espantosas consecuencias de estas prácticas discursivas perpetuadas por quienes están en el poder y que forman parte de una orientación político-ideológica específica, a saber, opuesta a la del periódico en el que escribe.

Adviértase como se tratan las estadísticas de otra investigación sobre igualdad y desigualdad en otra columna de *El País*:

Otra contradicción semejante es que casi todos están de acuerdo en que padres y madres pueden cuidar a los niños igual de bien (lo cree el 88% de ellos y el 86% de ellas), pero, pese a ello, la mayoría piensa que los hijos pequeños pueden sufrir si las madres trabajan fuera de casa: eso opina un 57% de los hombres y, horror, el 52% de las mujeres. Inmenso cacao mental, como se ve. Reconozco que los resultados de este estudio han supuesto un jarro de agua fría para mí. ¿Cómo es posible que a estas alturas del siglo XXI pueda haber alguien mínimamente sensato, sea hombre o mujer, que no se considere feminista, es decir, antisexista? Yo lo veo algo tan obvio como intentar ser antirracista. Pero lo más inquietante es que creo que las contradicciones que muestra el estudio son una consecuencia del contraataque reaccionario que estamos viviendo, de la desinformación y la manipulación. Yo creía que una mayoría de los varones estaba llegando al reconocimiento de que el feminismo es cosa de todos, de que el machismo también los mutila a ellos. Pero veo el efecto de la ofensiva reaccionaria, veo cómo las nuevas mentiras avivan el rescoldo de los prejuicios viejos. (Montero Rosa, “Si te paras, te caes”, *El País*, 10/09/2023)

El artículo informa sobre los resultados de un reciente estudio hecho en España. La periodista comenta los porcentajes desde su percepción subjetiva antes de presentarlos a través de usos léxicos que inevitablemente predisponen al lector a recibir la información con una actitud negativa, ya que usa el término *contradicción*. Expresa, de este modo, un juicio negativo sobre el hecho de que hombres y mujeres piensan que los hijos pequeños pueden sufrir si las madres trabajan fuera de casa. Y el juicio es peor todavía cuando refiere que las mujeres también lo piensan. De hecho, usa un comentario parentético, “horror”, que anticipa el dato que se va a presentar enseguida (“eso opina un 57% de los hombres y, horror, el 52% de las mujeres”) dejando claro al destinatario del texto el punto de vista de la columnista e

influyendo el suyo al mismo tiempo. Además de comentar los datos, la periodista ofrece también una explicación de estos, una interpretación de la circulación de estas ideas en la sociedad actual desde una perspectiva política. Indica que son consecuencia de la desinformación y de la manipulación de la información que proceden del “contraataque reaccionario que estamos viviendo”, atacando, así pues, la ideología política opuesta.

## 5. Discusión de los resultados y conclusiones

Las columnas de opinión procedentes de *ABC* y de *El País* muestran convergencia en muchos aspectos relacionados al género y, sobre todo, en el despliegue de algunas estrategias argumentativas típicas en esta tipología textual.

En todos los textos del corpus se detecta el recurso al lenguaje informal y a expresiones coloquiales para acercarse al lector (López Pan 2010), así como el empleo de la sintaxis parcelada que imita la oralidad con el mismo objetivo (Mancera Rueda 2008; Porroche Ballesteros 2012). Muy difundido es el uso de la primera persona singular a través del que el periodista se manifiesta en el texto y se responsabiliza de su enunciación, de la expresión de sus ideas, creando, al mismo tiempo cercanía con el lector. Los/las columnistas a menudo también acuden a la primera persona plural, que transmite la idea de que todos pertenecen al mismo grupo, es decir, crea un espacio ideológico compartido entre autor y destinatarios, con el fin de llevarlos de su parte (van Dijk 1998). También son frecuentes los ataques al “exogrupo” (van Dijk 1998), es decir, a la ideología política opuesta, ya que la columna de opinión se hace eco de la ideología del grupo empresarial político-económico que sostiene el periódico (Escribano 2008, p. 53). Asimismo, como se puede comprobar en todo texto periodístico, el/la articulista utiliza números, cifras, porcentajes, cuantificadores que aumentan la fuerza argumentativa del argumento, ya que representan datos objetivos confiables (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2007, p. 45). Además, al proceder de una fuente autorizada, pueden emplearse como argumento de autoridad, que confiere validez a la argumentación que se lleva a cabo.

En este estudio se han examinado columnas de opinión en las que se informan datos numéricos que provienen de encuestas llevadas a cabo en España. A pesar de que en la mayoría de los textos se trata del mismo sondeo del CIS sobre la percepción de las desigualdades entre hombres y mujeres, los resultados del análisis argumentativo revelan que: en *ABC* dichos datos se convierten en argumento de autoridad para otorgar soporte argumentativo, mientras que, en *El País*, se utilizan para ser reinterpretados y dar paso a otras reflexiones.

Es interesante notar cómo esta orientación se refleja en los comentarios

parentéticos que acompañan a la presentación de datos. De hecho, los incisos y las estructuras parentéticas no solo llaman la atención sobre su contenido y aportan información, sino que apoyan la opinión del periodista (Escribano 2008; Fuentes Rodríguez 2018).

En el artículo de *ABC* titulado “Boomerang feminista”, por ejemplo, inmediatamente después del porcentaje de hombres (44%) que cree que hoy la discriminación es hacia los hombres se inserta en el texto un inciso, “—entre los jóvenes de 16 a 24 años el porcentaje crece hasta el 51,8%—”, que tiene peso argumentativo: el articulista nos está diciendo cómo interpretar los números, es decir, que se trata de un dato significativo, que tiene mayor importancia todavía cuando se refiere a los jóvenes, lo que sugiere que si tanta gente lo piensa es porque es verdadero. En el marco de la misma línea argumentativa, aparece un comentario parentético entre comas, “lo que es más llamativo”, que anticipa al porcentaje de mujeres que opinan lo mismo (“esta percepción es compartida, lo que es más llamativo, por una de cada tres mujeres”) y que busca orientar al lector hacia la conclusión de que si también las mujeres lo piensan es verdad. También la organización textual en su conjunto, por lo tanto, manifiesta los intentos argumentativos del texto y confiere centralidad a los datos del sondeo, argumento de autoridad en el que se basa el encadenamiento argumentativo.

Ahora bien, en la columna de *El País* “Los amigos cuarentones de Pedro Sánchez” el mismo porcentaje se presenta de manera totalmente diferente: “en el caso de las mujeres, la cifra se reduce al 32%”. Se pone de relieve el hecho de que hay menos mujeres que creen en la discriminación hacia los hombres, quitando importancia al dato. De hecho, la conclusión de este artículo es que hay que matizar y que los resultados deben de interpretarse. En otro texto de *El País*, “Si te paras, te caes”, en la estructura parentética que precede al porcentaje de mujeres que creen que los niños sufren más cuando la madre trabaja hay un comentario modal, “horror”, que expresa la actitud de crítica y disgusto de la autora ante el dato y, a la vez, orienta al lector hacia una determinada interpretación de este, desarrollando, así, a la vez, una función argumentativa. Por lo tanto, en *El País* las estadísticas se interpretan y comentan a veces incluso para quitarles importancia.

En conclusión, resumiendo los resultados del análisis del corpus, tanto en los textos de *ABC* como en los de *El País* se hace referencia a los mismos datos, pero de manera muy diferente. En los artículos de *ABC*, se recurre a encuestas y sondeos para que garanticen los argumentos presentados y constituyan una prueba irrefutable en la que basar la argumentación del/de la columnista. En cambio, en las columnas de *El País*, se transmite la idea de que las estadísticas y la opinión común, por muy difundida que esté entre la colectividad, no representan datos que se puedan simplemente asumir tal cual y asimilar a una verdad absoluta que nos da respuestas sobre la realidad, más

bien son fruto de condiciones socio-culturales y políticas precisas que hay que buscar, examinar, interpretar y, cuando es necesario, criticar.

Por último, relacionando los resultados del análisis con la construcción de la imagen de la mujer en los dos periódicos, podemos concluir lo que sigue. En *ABC*, al afirmar los datos de las encuestas que indican una falta de concienciación de la población sobre las desigualdades entre mujeres y hombres, se transmite la idea de una sociedad en la que la mujer no ha mejorado su estatus, sigue siendo víctima de discriminación y persevera, por tanto, la condición de sujeto subalterno. En cambio, en *El País*, se denuncia con fuerza la discriminación de la mujer, la desigualdad de género, la violencia machista, se critica el poder y su influencia en la persistencia de dicha desigualdad/discriminación, apelando a una reflexión y reacción ante las consecuencias que tiene en nuestra cultura y en la actualidad.

**Bionota:** Sara Longobardi es Profesora Titular de Lengua española y traducción en la Universidad *Suor Orsola Benincasa* de Nápoles donde enseña en el Grado de *Lingue e culture moderne* y en la Maestría de *Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale*. Es *Doctor Europaeus* por la Universidad *Parthenope* de Nápoles. Ha sido profesora asociada en las Universidades *Suor Orsola Benincasa*, *L'Orientale* y *Parthenope* e investigadora visitante en las Universidades españolas: URV, UB, UCO, UA. Forma parte del proyecto Teletándem (creador del Corinéi, Corpus Oral Interlengua Español-Italiano). Ha diseñado y liderado el proyecto “Recopilación de expresiones coloquiales del español en textos orales de las series de televisión”, financiado por el *Instituto Cervantes di Roma*, AISPI e AISI. Sus intereses científicos se centran en la investigación sobre los Lenguajes de especialidad y su Terminología, el Análisis del Discurso, la Lingüística pragmática, la Argumentación, la Didáctica de ELE, las Humanidades digitales.

**Correo electrónico:** [sara.longobardi@unisob.na.it](mailto:sara.longobardi@unisob.na.it)

## Bibliografía

- Anscombe J.C. y Ducrot O. 1994, *La argumentación en la lengua*, Gredos, Madrid.
- Becerra Hiraldo J.M. 2019, *Comentario lexicológico-semántico de textos*, Arco Libros, Madrid.
- Ducrot O. 2001, *El decir y lo dicho*, Edicial, Barcelona.
- Escribano A. 2008, *Comentario de textos interpretativos y de opinión*, Arco Libros, Madrid.
- Fuentes Rodríguez C. 2017, *El comentario lingüístico-textual*, Arco Libros, Madrid.
- Fuentes Rodríguez C. 2017[2000], *Lingüística pragmática y análisis del discurso*, Arco Libros, Madrid.
- Fuentes Rodríguez C. 2018, *Parentéticos*, Arco Libros, Madrid.
- Fuentes Rodríguez C. (ed.) 2020, *El discurso en su contexto de realización. Lingüística pragmática, argumentación y cortesía*, Editorial Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Fuentes Rodríguez C. (ed.) 2021, *Argumentación y discursos*, Arco Libros, Madrid.
- Fuentes Rodríguez C. y Alcaide Lara E. 2002, *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*, Arco Libros, Madrid.
- Fuentes Rodríguez C. y Alcaide Lara E. 2007, *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*, Arco Libros, Madrid.
- López Pan F. 2010, *La oralidad fingida y la construcción de columnista como personaje. Dos estrategias para la construcción del ethos del columnista*, en C. Martínez Pasamar (ed.), *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*, Peter Lang, pp. 193-220.
- Mancera Rueda A. 2008, *Oralidad y coloquialidad en la prensa española: la columna periodística*, en I. Olza Moreno, M. Casado Velarde y R. González Ruiz (eds.), *Actas del XXXVII Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lingüística (SEL)*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, pp. 469-478.
- Moreno Espinosa P. 2007, *Opinión y género en el periodismo electrónico: redacción y escritura*, en “Ámbitos: Revista internacional de comunicación” 16, pp. 123-149.
- Plantin C. 2015, *La argumentación*, Ariel, Barcelona.
- Porroche Ballesteros M. 2012, *Oralidad y escritura en las columnas de opinión de la prensa zaragozana actual*, en “Archivo de Filología Aragonesa” 68, pp. 231-252.
- Van Dijk T.A. 1998, *Ideology: A multidisciplinary approach*, Sage.
- Yanes Mesa R. 2004, *El artículo, un género entre la opinión y la actualidad*, en “Revista Latina de Comunicación Social” 7 [58], pp. 1-11.