

EL LENGUAJE VALORATIVO EN NOTICIAS PERIODÍSTICAS ESPAÑOLAS SOBRE AVANCES MÉDICOS

José Antonio Díaz Rojo

(Instituto de Historia de la Medicina y de la Ciencia. CSIC-Universitat de
València)

Resumen

Este trabajo pretende analizar algunos recursos retóricos valorativos empleados en 33 noticias sobre avances científico-médicos publicadas en *El Mundo*, *El País* y *ABC* entre los meses de enero y abril del 2009. Se trata de textos en que se describen nuevos hallazgos y descubrimientos científicos en el campo de la medicina. Estas noticias realizan valoraciones acerca de las aplicaciones prácticas, el interés social, la calidad y el rigor científico, el impacto socio-cultural y los beneficios económicos de los avances médicos. Analizaremos los marcadores lingüísticos valorativos referidos a la importancia del avance médico (principalmente el léxico valorativo). La valoración se realiza de forma más sutil y encubierta, por medio del empleo de enunciados monoglósicos y de verbos de lengua que introducen un discurso que el periodista asume como certero y al que muestra su adhesión, más que a través de expresiones valorativas directas y transparentes sobre la importancia médica y social del hallazgo.

Palabras clave

Retórica, teoría lingüística de la valoración, periodismo, salud, avances médicos, discurso científico

Abstract

The purpose of this article is to analyse some evaluative rhetorical devices employed in 33 news stories on scientific and medical advances published in *El Mundo*, *El País* and *ABC* between the months of January and April 2009. The texts in question describe new scientific breakthroughs and discoveries in the field of medicine. These news stories make evaluations of the practical applications, social interest, quality and scientific rigour, social impact and economic benefits of the medical advances. We shall analyse the linguistic evaluation markers referring to the importance of the medical advance (mainly evaluative vocabulary). Evaluation is effected in a more subtle and covert way through the use of monoglossic utterances and of report verbs introducing a discourse that the journalist accepts as true and with which he or she manifests agreement, rather than through direct, transparent evaluative expressions on the medical and social importance of the discovery.

Keywords

1. Introducción

El objetivo de este artículo es analizar algunos recursos retóricos valorativos empleados en las noticias sobre avances científico-médicos aparecidos en la prensa nacional española. Se trata de textos en que se describen nuevos hallazgos y descubrimientos científicos en el campo de la medicina. La muestra de textos está formada por 33 noticias publicadas en las versiones electrónicas de *El Mundo*, *El País* y *ABC* entre los meses de enero y abril del 2009. Para la selección de las noticias hemos rastreado uno a uno todos los números extrayendo aquellas noticias cuyo tema central fuera el relato de un avance médico.

Entendemos por *noticia* «una secuencia del acontecer, producto de la interpretación contextual de un periodista que aplica criterios socialmente variables; que contiene, de forma más o menos intensa, unos factores que la convierten en útil para las personas y que precisa de la intervención interpretativa de un profesional que la convierte en información al alcance de un público amplio que no tiene por que ser necesariamente masivo» (Armentia y Caminos 2003: 56). Es un género periodístico de carácter informativo (frente a los explicativos o interpretativos, como el informe, el reportaje o la entrevista, o a los opinativos, como el editorial o el artículo de opinión) que describe un hecho de actualidad que interesa a un público amplio y que posee un interés y un valor para el receptor. Consta de un titular, una entradilla y un cuerpo, que pueden ser completados con recuerdos de apoyo o párrafos de contexto.

Las noticias sobre avances médicos es un tipo de información periodística susceptible de contener valoraciones acerca de las aplicaciones prácticas, el interés social, la calidad y el rigor científico, el impacto social y los beneficios económicos de los avances médicos. La expresión de la valoración constituye un amplio dominio semántico a través del cual el redactor adopta una postura sobre el hallazgo y

sus autores mediante una serie de recursos y mecanismos retóricos. En la bibliografía sobre retórica del periodismo sobre ciencia y salud no existen trabajos similares sobre avances médicos ni que apliquen la teoría lingüística de la valoración, por lo que este estudio pretende ofrecer un primera aproximación al tema, con el objetivo de aportar algunas ideas sobre la construcción discursiva y retórica de la ciencia –ciencia médica, en este caso– en textos periodísticos.

La teoría lingüística de la valoración nos ofrece un valioso marco metodológico para llevar a cabo nuestro estudio (Martin y White 2005). Sus planteamientos y enfoques integran categorías de análisis muy útiles para desarrollar una descripción e interpretación de todo discurso, y en este caso del discurso periodístico sobre avances médicos. Entre estos recursos, analizaremos los marcadores lingüísticos valorativos referidos a la importancia del avance médico, en que incluimos las expresiones lingüísticas –principalmente el léxico valorativo– que funcionan como marcas retóricas a través de las cuales el emisor emite una *actitud* o postura sobre la importancia y el significado científico, social, político o económico del nuevo hallazgo.

2. Marco teórico: la teoría lingüística de la valoración

Esta teoría desarrollada por Martin y White «pretende describir y explicar los sistemas de opciones semánticas que ofrece el lenguaje para evaluar, adoptar posiciones, negociar relaciones, construir personas textuales, y lograr que las posturas ideológicas parezcan “naturales”» (Kaplan 2004: 52). Este modelo teórico «se ocupa de la expresión lingüística de la actitud y la emoción, así como de los recursos que hacen variar el compromiso del emisor» (Kaplan 2004: 52).

La *valoración* es definida como

la construcción discursiva de la actitud y de la postura intersubjetiva [...] [e] incluye todos los usos evaluativos del lenguaje, mediante los cuales los hablantes y escritores no sólo adoptan posturas de valor particulares, sino que, además,

negocian dichas posiciones con sus interlocutores reales o potenciales (Kaplan 2004: 58).

La postura expresada a través del lenguaje con diversos fines retóricos abarca:

(a) una postura actitudinal (ideológica, en última instancia) hacia el contenido experiencial de sus enunciados; (b) una postura hacia sus interlocutores reales o potenciales; y (c) una postura hacia la heteroglosia del contexto intertextual en el que operan sus enunciados y textos (Kaplan 2004: 59).

La valoración lingüística incluye tres subsistemas o dominios semánticos: la *actitud* (evaluación positiva o negativa de los procesos descritos en el discurso de los interlocutores), el *compromiso* (posición del emisor sobre el grado de certeza asignado a los diversos enunciados o proposiciones comunicadas en el texto) y la *gradación* (manera en que los hablantes intensifican o disminuyen la fuerza de sus enunciados y gradúan el foco de sus categorizaciones semánticas).

3. Análisis

En las noticias sobre avances médicos, los periodistas no solo describen los contenidos del nuevo hallazgo o descubrimiento, sino también incluyen valoraciones sobre su importancia, beneficios, aplicaciones e interés, como hemos señalado, que se expresan a través de enunciados valorativos. Entendemos por *enunciado valorativo* todo enunciado¹ que explícita o implícitamente contiene

¹ Un *enunciado* (unidad pragmática y discursiva) no equivale a una oración (unidad gramatical). Es una «unidad de discurso» (Escandell 2008: 31), es decir, una «secuencia lingüística concreta, realizada por un emisor en una situación comunicativa» (Escandell, 2008, 31) «que está[n] inherentemente contextualizada[s]» (Reyes 2003: 13). Los enunciados «pueden ser tanto una simple interejección como un libro entero, tanto un sintagma nominal como un párrafo» (Escandell 2008: 30). Son, por tanto, secuencias o segmentos de discurso emitidos por un emisor en una situación y en un

una evaluación de personas, objetos o hechos, o del discurso propio o ajeno. Los enunciados valorativos pueden ser unidades léxicas, como sustantivos (*impacto, esperanza, opinión, discrepancias, esfuerzo*); adjetivos (*buena, única, primera, beneficioso, sorprendente*); verbos (*ayudar [a resolver], permitir, obtener, poder 'tener la capacidad de', 'ser posible'*); o unidades oracionales (*permiten adelantar el diagnóstico y mejorar el tratamiento, podría convertirse en el ordenador esencial del mundo*). Los enunciados valorativos pueden pertenecer al mismo redactor, a los protagonistas del avance y, en algunas ocasiones, a otros científicos expertos en el campo en que se ha realizado el avance.

En primer lugar, debemos señalar que 24 de los 33 textos contienen al menos una marca lingüística de valoración, es decir, casi el 75 % de las noticias. La cantidad total de marcas de valoración es de 81 y la cantidad media de marcas es de solo 3,3 por texto en el conjunto de noticias con marcas valorativas. Esto significa que las noticias periodísticas tienden a realizar valoraciones científicas en una buena parte de los textos, pero de forma no muy abundante.

Del total de marcadores, 45 marcas corresponden a enunciados realizados por el propio periodista (55,5 %), mientras que 36 se hallan en enunciados emitidos por los científicos (44,5 %), lo que indica un equilibrio en las voces valorativas, aunque haya un cierto predominio de las valoraciones del redactor. Este equilibrio puede atribuirse a las prácticas discursivas del periodismo y es posible que responda a técnicas y métodos profesionales empleados en la redacción de noticias, encaminados a ceder la palabra a los protagonistas de la actualidad. En el conjunto de textos con expresiones valorativas, 10 noticias (casi el 50%) tienen sólo entre 1 y 3 marcadores valorativos, 2 textos elevan su número de marcas valorativas a 5 marcas, 4 noticias contienen entre 7 y 9, y sólo 2 tienen la considerable cantidad de 10 u 11 marcas.

Podemos clasificar los enunciados valorativos según la siguiente tipología:

contexto determinados, y que gramaticalmente pueden corresponder a lexemas, sintagmas, oraciones o unidades supraoracionales.

Tabla 1

En esta clasificación predominan tres grandes contenidos valorativos, con un total de 59 marcas, que suponen el 72 % de los marcadores empleados: el *impacto social*, la *novedad* y el *rigor científico*. El impacto social del avance alcanza 32 ocurrencias, si sumamos las posibilidades y aplicaciones terapéuticas, las consecuencias positivas para futuras investigaciones, el fundamento o punto de partida para otras investigaciones y la esperanza o el carácter prometedor. Las calificaciones relacionadas con la novedad son 14, si sumamos el carácter innovador y la originalidad. Es significativo señalar que el impacto y la novedad son dos contenidos valorativos que coinciden con dos de los *valores noticiosos* con el periodismo construye las noticias (Díaz Rojo 2009).² Asimismo coinciden con los *valores sociales* de la ciencia, como la utilidad para la resolución de problemas, la utilidad social, la rentabilidad, la aplicabilidad práctica, la fecundidad y la eficacia, así como otros valores como la negociación, el prestigio y el poder asociado al cultivo de la ciencia (Echevarría 1995). Estos valores constituyen los *intereses* de la ciencia.

La novedad de los hallazgos y que éstos tengan un impacto social importante son dos características que la sociedad exige a la ciencia, y particularmente a las ciencias médicas. Los ciudadanos reclaman a los científicos que con sus investigaciones contribuyan a la mejora de la sociedad mediante nuevos conocimientos relevantes y que aporten beneficios que resuelvan sus necesidades y problemas. Estas

² Los valores noticiosos son los factores o propiedades que convierten un hecho en noticia, es decir, los criterios empleados por los medios de comunicación para seleccionar qué acontecimientos de la realidad son noticiables y cuáles no lo son, tales como las celebridades, la consonancia, la continuidad, la curiosidad, la desviación, la emoción, el drama personal, el entretenimiento, la falta de ambigüedad, la frecuencia, el impacto social, la magnitud, las naciones élites, la negatividad, la novedad, la personalización, el poder, la polémica, la positividad, la proximidad geográfica o cultural, la relevancia, la sorpresa, la utilidad y el valor educativo.

exigencias sociales de los lectores son atendidas por la prensa en los enunciados valorativos aparecidos en las noticias sobre avances médicos.

Asimismo, es de destacar que encontramos 13 marcadores relativos al rigor científico y al carácter de certeza del hallazgo, que son dos características que pertenecen a los llamados *valores epistémicos* de la ciencia, más ajenos al ciudadano, pero no totalmente irrelevantes para el lector de las noticias, que también exige a la investigación científica que sea rigurosa y veraz (Echevarría 1995). Los valores epistémicos, de naturaleza cognitiva, son los fundamentos lógicos, epistémicos y metodológicos (inferencias, inducción, deducción, pruebas, experimentación, teorización, leyes, etc.) del quehacer científico. Constituyen las bases del *método científico*, el cual da validez interna (objetividad entendida como intersubjetividad, coherencia, generalidad y universalidad) a los resultados de la investigación científica. Los valores epistémicos constituyen las *razones* de la ciencia.

Otros contenidos tienen una menor frecuencia, como el esfuerzo, el logro, la sorpresa, la rapidez, la cantidad, la cooperación y la personalidad del director, que son aspectos menos noticiables, menos valorados por el *ethos* científico y con menos fuerza retórica y lingüística. Estas coincidencias entre valores noticiosos, valores de la ciencia y contenidos valorativos nos indican que existe una correlación entre periodismo, ciencia y lenguaje, como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 2

Una parte de las expresiones valorativas corresponde a un léxico intensificador, como impacto importante, exclusivo, esperanza, prometedor, único, nuevas y rigurosamente ciertas, nivel de certeza muy superior al que se tenía hasta ahora, primero y único y puede afirmarse rotundamente, que se sitúan en un punto alto en la escala retórica de valoración. Dos construcciones abundantes son permitir + infinitivo (permitiría contar con un seguro, permite adelantar el

diagnóstico, ha permitido desvelar, etc.) y poder + infinitivo (se podrían crear potenciales terapias, pueden ayudar a resolver la actual controversia, pueden servir para revisar los tratamientos, etc.), que expresan facilidad y posibilidad.

4. Conclusiones

Existe un predominio de textos (75%) con marcas valorativas referidas a la importancia del hallazgo que transmiten explícitamente la actitud del redactor, si bien la cantidad media de marcas no es muy alta, de 3,3 por texto en el conjunto de noticias con marcas valorativas. Se trata, pues, de textos poco modalizados por medio de recursos explícitos (léxico valorativo transparente). Esta tendencia obedece a la práctica periodística de ofrecer una información pretendidamente objetiva, sin una presencia abierta del autor. El 55,5% de los marcadores corresponde a enunciados emitidos por los periodistas, mientras que el 44,5% a los científicos, lo que indica un cierto equilibrio en las voces valorativas. En este tipo de noticias, el redactor cede la palabra al protagonista del hecho, como resultado de prácticas profesionales cuyo fin es recoger el punto de vista de los agentes sociales cuyo discurso interesa difundir.

Referencias

ARMENTIA, J. I.; CAMPOS, J. M. *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel, 2003.

EHEVARRÍA, J. *Filosofía de la ciencia*. Madrid: Akal, 1995

ESCANDELL, M. V. *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel, 2008

DÍAZ ROJO, J. A. Los valores noticiosos como práctica discursiva periodística. *Espéculo*, 2009, p. 41.

<<http://www.ucm.es/info/especulo/numero41/valonoti.html>>.

[Consulta: 23-7-2009].

KAPLAN, N. Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: la teoría de la valoración. *Boletín de Lingüística*, 2004, 22: p. 52-78.

MARTIN, J. R.; WHITE, P. R. *The language of evaluation. Appraisal in English*. Hampshire: Palmgrave, 2005

REYES, G. *El abecé de la pragmática*. Madrid: Arcolibros. 2003