

ANÁLISIS CONTRASTIVO DE LOS TITULARES DE LA PRENSA ECONÓMICA DESDE UNA PERSPECTIVA COGNITIVA

HONESTO HERRERA SOLER
Universidad Complutense de Madrid
MARIAN AMENGUAL PIZARRO
Universidad de las Islas Baleares

RESUMEN. *La lengua, la cultura, la persuasión y el impacto juegan un papel importante en la representación conceptual de cualquier titular de la prensa, como se observa en el análisis que Talmy (1991) y Slobin (1996) hacen de los verbos de movimientos en las lenguas anglosajonas y románicas. En el periodismo, tanto en la prensa española como inglesa, se recurre frecuentemente al lenguaje figurativo para reducir la complejidad del proceso informativo y atraer la atención del lector. No obstante, los ámbitos a los que se recurre y los esquemas que se activan para la comprensión de los titulares no siempre coinciden en ambas lenguas.*

En este trabajo se analizan algunos titulares que se pueden categorizar como expresiones fijas. Las creencias y valores culturales que subyacen en la redacción de estos titulares muestran unas características culturales específicas que no se pueden obviar en la interpretación o traducción de los mismos.

PALABRAS CLAVE: *titular de prensa, metáfora, expresiones fijas, características específicas, esquemas.*

ABSTRACT. *Language, culture, persuasion and impact play a key role in the conceptual representation of any press headline, as it is shown in the analysis of motion verbs in Anglo Saxon and Romance languages carried out by Talmy (1991) and Slobin (1996).*

Journalists frequently resort to figurative language in both the Spanish and the British press so as to reduce complexity in the information process as well as to attract the reader's attention. However, there is not always coincidence in the domains used nor in the schemata activated in the understanding of headlines. Some headlines, which could be labelled as fixed expressions, are analysed in this paper. The beliefs and cultural values that underlie the writing of these headlines show up specific cultural characteristics that we cannot get around when interpreting or translating them.

KEY WORDS: *press headlines, metaphor, fixed expressions, specific characteristics, schemata.*

1. INTRODUCCIÓN

Hasta ahora, los titulares de prensa se han analizado desde perspectivas estructurales, semánticas, pragmáticas o culturales (ver Biacchi 2003). En este estudio, vamos a abordar el fenómeno lingüístico de los titulares de la prensa económica desde una perspectiva cognitiva centrándonos, principalmente, en la fraseología, esto es, en modismos y unidades léxicas estables que se caracterizan por una serie de factores como son la fijación, la idiomatidad y la anomalía. Para ello, analizaremos aquellos titulares que hemos etiquetado como *figurativos* en la prensa económica, tanto por su frecuencia como por su carga metafórica, obviando aquellos titulares de carácter literal menos frecuentes y que no suelen ofrecer problemas ni en su traducción, ni en su interpretación (Herrera Soler et al. 2006). En nuestro estudio, analizamos los ejemplares de prensa de los fines de semana del *Financial Times*, *El País* y *El Mundo* a lo largo de un período de seis meses. Nuestro Corpus alcanza las 874 entradas directas, si se considera sólo el titular, y las 1.036, cuando se consideran los titulares indirectos: *subtítulos*, *antetítulos* o *entradillas* que se precisan para la comprensión del titular directo. Esta base de datos creada nos permite, por una parte, subrayar el distinto modo en que la prensa británica y española utilizan la fraseología para buscar un mayor impacto

comunicativo, y, por otra, explorar el bagaje cultural, los valores y las creencias que subyacen este último modelo estructural.

2. PROBLEMAS DE LA TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Si sólo fuera un problema de léxico la traducción de cualquier texto no ofrecería problemas, porque como dice García Yebra (1997: 385): “Si los elementos o unidades de las distintas lenguas se correspondieran exactamente, la traducción sería un proceso automático”. Sin embargo, hasta en los textos más asépticos y literales se requiere, en no pocas ocasiones, una reestructuración del texto para interpretar correctamente enunciados tales como:

(1) “The individual income tax law”

Reestructuración: “Law of taxes on the individual income”

Traducción: “Ley del impuesto sobre la renta de las personas físicas”

(2) “Special capital gains treatment”

Reestructuración: “Special treatment on capital gains”

Traducción: “Tratamiento especial de plusvalías”

En el ejemplo (1), se ha mantenido el orden de los elementos en la reestructuración de los modificadores “tax law” e “individual income”, pero se han introducido dos preposiciones para definir el tipo de relación que existe entre dichos modificadores. En el ejemplo (2), la reestructuración lleva consigo el cambio de orden de los modificadores: “Special” modifica directamente al núcleo del sintagma nominal y, como se puede apreciar, se introduce también una preposición para entender el tipo de relación existente entre ambos.

De los problemas de la correspondencia se pasa al tema de la manipulación de la información tal y como se observa en los siguientes titulares en los que se eliminan o subrayan determinados aspectos de la noticia:

(3) “Hutus killed on million Tutsis in the Rwandan civil war”

(4) “There were one million killings in the Rwandan civil war”.

Así, en el ejemplo (4), se ha eliminado tanto el agente como lo afectado. Lo que realmente se destaca es que en la guerra de Rwanda hubo un millón de muertos. No obstante, puede ocurrir también que en algunos titulares, como diría el célebre literato francés André Gide: “la importancia esté en la mirada, no en la cosa misma”. Esto sucede cuando se subraya la perspectiva o “mirada” sobre la que se quiere centrar la carga informativa. Este tipo de manipulación, interpretación o lectura sesgada se muestra de una manera plástica en los siguientes titulares que leemos en la prensa española de ámbito nacional en 1993:

(5) a. Seis años de cárcel para Conde *por quedarse* con 600 millones de Banesto.

b. Seis años de cárcel para Conde *por apropiarse* de 600 millones de Banesto.

c. Seis años de cárcel para Conde *por robar* 600 millones de Banesto.

La lectura que cada medio de comunicación hace está en función de la perspectiva o “mirada” a la que Gide hace referencia. Los componentes de la noticia son los mismos salvo la expresión verbal en la que se valora la desaparición de 600 millones (“quedarse” vs. “apropriarse” vs. “robar”). Desde la distancia, en el *Financial Times* estos hechos se leen en los siguientes términos:

(6) “How Mr. Conde fell from grace”

En este último periódico, se ha de leer el primer párrafo del reportaje para ver la valoración que se hace de los hechos. En dicho párrafo se recurre al término “embezzle” para

referirse al suceso. Así pues, la valoración que hace el periodista entraría dentro del ámbito de la malversación.

Por tanto, tal y como se puede apreciar, las distintas lecturas están condicionadas por el contexto, la relevancia y el interés de la noticia para los medios y para la sociedad tanto española como inglesa.

Otro obstáculo con el que nos encontramos en la traducción e interpretación de titulares lo encontramos en el cambio de algunos componentes estructurales de la oración en diversos textos que narran escenas de movimiento (Talmy 1991; Slobin 1996). El comportamiento de las lenguas románicas es distinto al de las lenguas anglosajonas en este tipo de textos. Para los autores mencionados, la representación conceptual de una escena de movimiento incluye unos componentes oracionales en las lenguas anglosajonas que no se corresponden exactamente con los componentes oracionales de las lenguas románicas. En estas últimas se suelen introducir sintagmas preposicionales para traducir algunos componentes que aparecen aglutinados en las lenguas anglosajonas. Veamos el ejemplo que analiza Slobin:

(7) Blériot	flew	across	the Channel
FIGURA	MOVIMIENTO	TRAYECTO	FONDO
	MANERA		

Una traducción literal al español podría ser:

“Blériot voló a través del canal de la Mancha”

Pero una traducción comunicativa llevaría consigo la incorporación de un sintagma preposicional:

“Blériot	cruzó	el canal de la Mancha	en avión
FIGURA	MOVIMIENTO	FONDO	MANERA
	TRAYECTO		

3. ACTIVACIÓN DE ESQUEMAS

Aunque no se pueden obviar los problemas de correspondencia, de manipulación o de cambio de componentes oracionales en escenas de movimiento en una u otra cultura, lo que realmente consideramos interesante desde una perspectiva cognitiva en la interpretación y traducción de cualquier titular de la prensa económica son los esquemas que se activan cuando se lee un titular. No podemos olvidar que nuestros conceptos son la representación de nuestros conocimientos y que nuestro conocimiento se organiza en esquemas, i.e., “holistic knowledge structures representing basically stereotypical aspects of a concept, that the context and co-text demand in the process of metaphorization” (Richardt 2003: 244). Consecuentemente, cualquier concepto está integrado por múltiples esquemas, pero sólo se activan aquellos que la situación demanda y la situación va a estar en función del contexto cultural. Veamos los siguientes ejemplos:

(8) “Optimiza su uso”

(9) “Use it carefully”

En el texto español (ejemplo 8) la fuerza del mensaje la encontramos en “optimizar”, mientras que en el texto inglés la fuerza recae en el adverbio “carefully”. Optimizar lo relacionamos con una serie de objetivos y con un método que nos lleve a conseguir logros positivos. Estos objetivos los podemos proyectar tanto al tratamiento de nuestros activos

personales: patrimonio, trabajo, descanso, alimentación, tiempo libre...etc., como al de los activos compartidos: servicios educativos, sociales, sanitarios, deportivos...etc. De un modo u otro, es decir, proyectando nuestra mirada en los objetivos o en el método activaremos esquemas tales como:

EFICIENCIA

MÉTODO (MESURA, CONTROL, DISCIPLINA, ORDEN etc.)

Por el contrario, los esquemas que nos lleva a activar el término “carefully” son más bien del tipo de:

CUIDADO

ATENCIÓN

MODO

Por supuesto, el filtro cultural se va a mostrar más manifiestamente cuando introducimos el contexto en el que aparecen dichos textos:

(8bis) “El agua es un bien preciado. Optimiza su uso”.

(9bis) “Water is a valuable commodity. Use it carefully”.

Los múltiples esquemas que surgen en la mente de un lector español y uno inglés son diferentes dado que el contexto, la experiencia cultural y el bagaje cultural de ambos son muy distintos. Los recursos lingüísticos en una u otra lengua (español e inglés), la focalización de “optimizar” o “carefully” nos llevan a observar cómo el filtro cultural condiciona la activación de uno u otro esquema de modo que el mismo recurso se ve de distinta manera. En el texto español, aparte de esquemas como el de PERENTORIEDAD, ESCASEZ, RESTRICCIÓN, SEQUÍA, REGULACIÓN DE USO, COOPERACIÓN, SOLIDARIDAD etc., se activan esquemas referidos al MÉTODO (cómo utilizar el agua, cuando, qué cantidad). No se da esa urgencia en el texto inglés, en el que subyace una demanda social y cultural del uso del agua que lleva a activar esquemas distintos a los anteriormente mencionados.

4. LA METÁFORA Y LA FRASEOLOGÍA EN LOS TITULARES DE LA PRENSA ECONÓMICA

En el procesamiento de la información lingüística, en nuestro caso los titulares de la prensa económica, juegan un papel muy importante fenómenos como la metáfora y la metonimia que permiten procesar conceptos abstractos y complejos a partir de conceptos más simples que, al tiempo, son más familiares y preeminentes para los hablantes. La activación de unos esquemas u otros estará en función de la metáfora y del vehículo a que se recurra en el dominio fuente. Si los vehículos son diferentes los mensajes podrán ser semejantes pero su realización lingüística y la lectura de los mismos estará condicionada por la carga cultural que subyace en la fraseología con la que se configura el titular.

La fraseología es uno de los modelos estructurales más utilizados en los titulares directos (i.e. únicamente el titular) e indirectos (i.e. subtítulo, antetítulo y entradilla). El periodista es consciente de su potencial comunicativo y lo utiliza con mucha frecuencia según se aprecia en la tabla que sigue:

	Titulares D	Fraseología	Titulares I	Fraseología	Diferencia
<i>F. Times</i>	362	35	404	44	9
<i>El País</i>	348	56	422	88	32
<i>El Mundo</i>	164	25	206	77	52
Total	874	116	1.036	209	93

Tabla 1. *Fraseología en los titulares sentido estricto / lato*

Titulares D (directos) = solo el titular

Titulares I (indirectos) = Subtítulo, antetítulo y primer párrafo (entradilla)

Como se puede observar en esta tabla, si nos atenemos a la frecuencia relativa, la presencia de unidades fraseológicas en la prensa española frente a la británica en titulares directos es de 16% (56 + 25) frente al 9,5% (35). Esta relación no sólo se mantiene sino que se incrementa en los titulares etiquetados de indirectos, ya que se pasa del 11% (44) en el *Financial Times* al 26% (88 + 77) en la prensa española. El hecho de interpretar los titulares en un sentido amplio supone un incremento de 162 (1.036– 874) titulares más y 93 (209-116) unidades fraseológicas. La distribución de las unidades fraseológicas en los titulares indirectos nos da una relación de 9,5% en el *Financial Times* frente al 90,5% en la prensa española. Estos últimos datos nos sugieren que la prensa española confía el impacto y la fuerza persuasoria del titular de prensa a las unidades fraseológicas en mayor medida que lo hace la prensa británica.

5. LA FRASEOLOGÍA Y LOS ESQUEMAS QUE SE ACTIVAN

La casuística que presentamos para ilustrar la interpretación y traducción de los titulares de la prensa económica desde la activación de los esquemas estereotípicos de una y otra cultura se centra en aquellos textos en los que el mensaje es el mismo, en aquellos que los mensajes son equiparables y, finalmente, en una serie de expresiones que muestran un marcado signo español.

5.1. *El mismo mensaje y esquemas distintos*

En este tipo de textos, se comparte el mensaje, pero el orden y, en consecuencia, la preeminencia y los esquemas que se activan son distintos:

(10) “Claros y nubes en antibióticos”

(11) “Cloudy with sunny spells in antibiotics”

En los siguientes ejemplos cada lengua subraya un diferente rasgo del dominio fuente:

(12) “A todo gas”

(13) “Full speed ahead”

La influencia cultural se deja sentir en el hecho de que el primer término del ejemplo (10) en español (“Claros”) activa esquemas POSITIVOS mientras que el primer término “Cloudy” del ejemplo (11) en inglés activa esquemas NEGATIVOS en el comportamiento económico de la compañía. En los textos (12) y (13) se activan también rasgos diferentes. La fuerza comunicativa del foco metafórico reside en “gas” y “speed” lo que nos lleva a activar esquemas que se polarizan en torno al combustible y sus efectos en el primer caso y en la velocidad en el segundo caso.

5.2. Fraseología en algunos titulares equiparables

Pasemos, a continuación, a analizar los siguientes ejemplos:

- (14) “Schröder bites the bullet on reforms”.
(15) “Al filo de medianoche, Jesús Polanco daba su brazo a torcer”

En dichos titulares, los dos personajes tanto Schröder como Jesús Polanco, se ven forzados a afrontar una situación difícil y desagradable. A pesar de que ambos agentes atraviesan la misma situación de DIFICULTAD y de SENSACIÓN DESAGRADABLE al afrontar la realidad que viven en la política y en los negocios, las expresiones: “bite the bullet” y “dar su brazo a torcer” activan esquemas diferentes: BITING vs. TWISTING AN ARM / LOSING HIS GROUND.

Analicemos ahora los ejemplos siguientes:

- (16) “Equities take a breath after hitting peak”.
(17) “La actividad española pierde fuelle”.
(*Spanish activity (loses its bellows) slows its pace*).

La metáfora conceptual que subyace los textos (16) y (17) es la misma: “AIR IS ENERGY”. El mensaje en ambos casos se basa en el esquema de la respiración, sin embargo, la perspectiva adoptada es distinta. Así, la expresión en inglés “take a breath” activa el esquema de DESCANSO y de RECUPERACIÓN mientras que la expresión en español “pierde fuelle” despierta una sensación de INSUFICIENCIA RESPIRATORIA y de PÉRDIDA DE ENERGÍA. Los vehículos del dominio fuente son diferentes: “lungs vs. bellows” y los esquemas que se activan para comprender el mercado bursátil o la evolución de la economía española son también distintos. En español los pulmones dan paso a los fuelles de los hornos del pan o de las fraguas, lo que lleva consigo la activación de esquemas *mecánicos* en el otro, mientras que en inglés el vehículo “lungs” nos llevará a activar esquemas *corporales*. Así si el fuelle de la actividad española no envía el aire que necesita el horno o la fragua para su funcionamiento entonces la economía española (dominio meta) perderá competitividad.

5.3. Expresiones de marcado signo español

Las referencias al cuerpo humano y a la religión como dominio fuente en las realizaciones metafóricas aparecen con mucha frecuencia en nuestra base de datos. Nos centraremos en el grupo preposicional “a pie de” para ilustrar la referencia al cuerpo humano y, posteriormente, examinaremos algunos ejemplos de titulares en los que se recurre a la religión buscando el mayor potencial comunicativo que se consigue a través de estos textos fáciles de reconocer y recordar.

El cuerpo humano como referente metafórico es un recurso muy productivo en los titulares de la prensa económica y, en nuestra base de datos, se observa un uso más frecuente en español que en inglés:

Realización lingüística

- (18) “Un ingeniero a pie de obra”.
(*An engineer on the job*.)
(19) “La prevención a pie de obra”.

ESQUEMA/ SCHEMA

COMPROMISO
DUTY
SEGURIDAD

(“ <i>Prevention at the work site</i> ”.)	SAFETY
(20) “CLAS, en pie de guerra”.	COMPETENCIA
(“ <i>CLAS, battle-ready</i> ”.)	COMPETITION
(21) “Universitarios con un pie en la empresa”.	CARRERA
(“ <i>University students with one foot in the firm</i> ”.)	CAREER PROFILE

El foco metafórico parte del núcleo del grupo preposicional “pie” que activa diferentes esquemas en función del segundo término: CONSTRUCCIÓN, GUERRA, CARRERA PROFESIONAL. Sólo en el último ejemplo (ejemplo 21) cabría una referencia al cuerpo humano en inglés. La expresión española activa esquemas de INMEDIATEZ, de DEFINICIÓN, frente a las expresiones inglesas, en las que la persona está menos involucrada y en las que los esquemas que se activan están más relacionados con planteamientos de menos compromiso personal.

La religión es otro dominio fuente muy arraigado en nuestra cultura y que se encuentra en menor frecuencia en la prensa inglesa. A modo ilustrativo, citamos los titulares siguientes:

- (22) “La vuelta del hijo pródigo”.
(“*The return of the prodigal son*”.)
- (23) “Palabra de Duisenberg”.
(“*The word of Duisenberg*”.)
- (24) “Los diez mandamientos del ahorro energético”.
(“*The ten commandments of energy saving*”.)
- (25) La esperada resurrección de Microsoft.
(“*The long-awaited resurrection of Microsoft*”.)

En todos estos casos, el dominio fuente “la palabra” (23), “los diez mandamientos” (24) o “la resurrección” (25) viene definido por lo que es el dominio meta. Se recurre a unidades léxicas fijas y reconocidas que pertenecen al ámbito de la religión, como “palabra” para activar esquemas de COMPORTAMIENTO, CONFIANZA y AUTORIDAD en el máximo responsable de la economía europea o a “los diez mandamientos” para activar esquemas como la IMPORTANCIA y OBLIGACIÓN de seguir las normas y principios del ahorro energético. Esta estrategia del periodista español de recurrir a la tradición, en este caso la religión, para llegar al lector no se observa en los titulares analizados del *Financial Times*.

6. CONCLUSIONES

En la interpretación o traducción de los titulares de prensa afrontamos los mismos obstáculos presentes en cualquier texto. Nos podemos enfrentar al reto de la falta de correspondencia no sólo a nivel semántico sino también a nivel sintáctico, a la manipulación de la noticia, a los componentes que se generan en textos de movimiento o a la activación de unos esquemas u otros en función del contexto y de la cultura que subyace. Estos factores no se pueden obviar en la interpretación y traducción de los titulares de la prensa económica.

A partir de la casuística analizada en este estudio, hemos podido comprobar que los esquemas activados están en función del filtro cultural y que un mismo mensaje tiene una realización lingüística diferente en una u otra lengua. Asimismo, y a pesar de que estos resultados se han de interpretar con la debida cautela, ya que trabajamos con 1036 titulares, los datos obtenidos nos sugieren que la prensa española utiliza con más frecuencia el recurso de la fraseología que la prensa inglesa.

REFERENCES

- Baicchi, A. 2003. "Relational complexity of titles and texts: A semiotic taxonomy". *Complexity in Language and Text*. Ed. L. Merlini Barbaresi. Pisa: Edizione Plus-Universidad de Pisa. 319-341.
- García Yebra, V. 1997. *Teoría y práctica de la traducción*. Madrid: Gredos.
- Herrera-Soler, H.; White, M.; Villacañas, B. and Amengual, M. 2006. "Figurative language in English and Spanish business press headlines and its effects on inter- and intra-cultural communication". *Laud paper No. 661*. Essen: Universität Duisburg-Essen. 1-27.
- Richardt, S. 2003. "Metaphors in expert and common-sense reasoning". *Text, Context, Concepts*. Ed. Cornelia Zelinsky-Wibbelt. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. 243-298.
- Slobin D.I. 1996. "Two ways to travel: Verbs of motion in English and Spanish". *Grammatical constructions: Their form and their meaning*. Eds. M. Shibatani and S.A.Thompson Oxford: Clarendon Press. 195-220.
- Talmy I. 1991. "Path to realization: A typology of event conflation", *Proceedings of the Berkeley Linguistics Society* 17: 480-519.