

# El estilo comunicativo y sus propiedades cognitivas: aplicaciones al estudio de la variación sintáctica en español

Miguel Ángel Aijón Oliva

Universidad de Salamanca

maaijon@usal.es

Elisa Machado Soto

Universidad de La Laguna

meigamoon@hotmail.com

María José Serrano

Universidad de La Laguna

mjserran@ull.es

## 1. Una visión integradora de la variación sintáctica<sup>1</sup>

Como se sabe, la posibilidad de analizar la morfosintaxis a través de los conceptos y métodos de la lingüística de la variación ha sido objeto de largos debates que, afortunadamente, parecen empezar a quedar obsoletos gracias a los recientes avances producidos en diversos campos del estudio del lenguaje. Los hechos esgrimidos habitualmente como motivos de escepticismo surgen de una comparación poco justificada con las variables del plano fonológico: así, las complicaciones que a veces ofrece la definición de una variable como conjunto cerrado de alternativas; la relativa dificultad para obtener una cantidad elevada de ítems en textos naturales; el hecho de que muchos fenómenos parezcan poco sensibles a los factores sociales y situacionales, al menos tal como los conceptualiza el enfoque variacionista; y, sobre todo, la existencia de diferencias de significado entre las formas gramaticales alternantes (*cf.* Serrano 2007). Sigue siendo indudable que los hablantes, en cualquier estadio sincrónico de una lengua, cuentan con la posibilidad de elegir (y el concepto de *elección* es, en el fondo, el que fundamenta la propia existencia de la variación) entre diversas posibilidades formales que, a

---

<sup>1</sup> Este trabajo forma parte del desarrollo del proyecto de I+D «Los estilos de comunicación y sus bases cognitivas en el estudio de la variación sintáctica en español» (FFI2009-07181/FILO), subvencionado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

su vez (y aquí puede residir la clave), acarrear variaciones en el significado, en la forma de concebir el contenido que se transmite.

Cualquier aspecto morfosintáctico sujeto a variación permite comprobar que el significado es en sí mismo un factor del que no se puede prescindir. Nuestras primeras observaciones a este respecto surgieron de diversos fenómenos relacionados con los clíticos verbales del español, unidades deícticas que conservan vestigios de su origen pronominal y que hoy poseen un comportamiento similar al de los afijos verbales (cf. Aijón Oliva 2006a: cap. 4). Bastantes variedades del español oscilan entre las formas *le* y *lo* para señalar a un referente masculino que aparece codificado como objeto verbal. Sin embargo, la elección entre una forma y otra no parece arbitraria, sino que tiene relación con aspectos semánticos y de conocimiento del mundo: *le* se aplica mucho más habitualmente a referentes humanos, y aparece en cláusulas cuyos verbos describen procesos en que el objeto sufre escasa afectación (ejemplo 1), frente a lo que ocurre con *lo*, forma que parece subrayar el carácter objetual del referente, aun aplicada a personas (2).

- (1) La capacidad de adaptación de enfermos crónicos impresiona a cualquiera, *les* puedes ver con unos efectos secundarios muy fuertes durante mucho tiempo pero no *les* oyes quejarse. (Aijón Oliva 2006b: 237)
- (2) ¿qué va a pasar con los empleos? // NADIE / se ha preocupao / y hay personas que llevan treinta años / trabajando ahí y treinta y tantos años / y *los* han echao a la calle (Aijón Oliva 2006b: 238)

Hechos como este propician que el estudio de la variación en la sintaxis acabe confluyendo de forma casi natural con el paradigma teórico cognitivista, según el cual (y en oposición al formalismo de los enfoques estructurales y generativos) la gramática es inherentemente simbólica, esto es, resulta imposible separar la forma lingüística del contenido que expresa, y toda alteración formal conllevará algún cambio en el significado (cf. Croft y Cruse 2008: 18-20, Talmy 2000: *passim*). Sin abandonar el paradigma de los clíticos verbales españoles, ha sido posible detectar valores muy similares en otros fenómenos como la formulación variable de los clíticos que señalan la concordancia de objeto (3) o la colocación anterior o posterior de dichas unidades con respecto a una construcción formada por dos verbos (4).

(3) *Le di las gracias al señor que me ayudó*  
⊥ *Di las gracias al cielo por aquella oportunidad*

(4) *Te puedo hacer una colcha como esta*  
*Puedo hacerla con el hilo que me ha sobrado*

En todos los casos hay una variante que se correlaciona más habitualmente con los referentes humanos y que se perciben como más autónomos y prominentes en la escena (la expresión del clítico y la colocación antepuesta, respectivamente). Lo más interesante es que del significado cognitivo básico de los clíticos se derivan todos los usos y valores de sus fenómenos de variación en cualquier nivel del uso lingüístico. Hoy se acepta que en el funcionamiento de la sintaxis confluyen aspectos léxicos, semántico-pragmáticos, discursivos y, fuera de lo verbal (pero también subsumibles en el concepto general de *significado*), sociales y situacionales (cf. Serrano 2010)<sup>2</sup>. Así, una de las primeras aportaciones de nuestro enfoque fue la observación de que la variación sintáctica puede rentabilizarse interactivamente como recurso de cortesía verbal. La citada forma *le* es más habitual en contextos en que se intenta dar una imagen positiva del referente, asimilándolo nocionalmente a las entidades humanas y de mayor autonomía; indicio especialmente evidente es el uso habitual de dicha forma cuando su referente es una segunda persona discursiva a la que se dirige el tratamiento de *usted*.

(5) considerará usted lógico que TODOS: / vayan a intentar <entre risas>desalojarle a usted / porque: son ocho años y:: b- e:</entre risas> / e(s de)cir / l- los- / los demás- / los demás también quieren mandar ¿no? (Aijón Oliva 2006a: 414)

Lo mismo se ha detectado en los demás fenómenos de variación relacionados con los clíticos: tanto la expresión del clítico concordancial de objeto como la anteposición en las construcciones pluriverbales parecen poder emplearse como recursos de cortesía positiva hacia referentes de tercera persona (cf. Aijón Oliva 2006a, 2006b). En definitiva, la variación lingüística no tiene por qué entenderse, a la manera del variacionismo tradicional, como la existencia de formas distintas de decir lo mismo, sino que más bien representa el hecho, mucho más amplio y difícil de acotar, pero también más interesante científicamente, de que hay formas distintas de decir cosas distintas. Ello

---

<sup>2</sup> El análisis de las variantes sintácticas como opciones comunicativas y significativas situadas en el plano discursivo-pragmático es algo que ya veníamos aplicando en trabajos anteriores (cf. Serrano 1999:18-19).

exige adoptar un concepto amplio y multiforme de *significado*, repartido en múltiples niveles analíticos (formal-conceptual, pragmático-discursivo, social-estilístico), pero que a la vez es reducible, en última instancia, a las estructuras y procesos que conforman de modo general la cognición humana (Aijón Oliva y Serrano 2009).

## 2. La creación del significado estilístico

En las ciencias humanas y sociales aparece de modo recurrente una tensión entre los enfoques conductistas, que tienden a ver el comportamiento como respuesta a los estímulos del entorno, y los racionalistas, que subrayan la autonomía y la creatividad del ser humano como ente capaz de tomar decisiones y de alterar con ellas el mundo que le rodea (cf. Aijón Oliva 2008). Los enfoques sociolingüísticos dominantes en el siglo XX, y en particular el variacionismo, se han orientado claramente hacia la primera postura. Para Labov (2001: 87), la variación estilística o situacional del lenguaje es efecto de la atención prestada por el hablante a su propio discurso, la cual a su vez responde al grado de formalidad o informalidad que percibe en la situación externa (familiaridad con el interlocutor, seriedad del tema tratado, etc.). Por el contrario, las aportaciones más recientes tienden a subrayar que a menudo son las elecciones estilísticas del hablante las que crean y modifican la situación comunicativa, y no al revés (Schilling-Estes 2002, Coupland 2007, Auer ed. 2007).

Nuestra visión de la variación lingüística defiende una postura integradora: si bien no se debe desdeñar la necesidad de sujetarse, en cierta medida, a las exigencias de la vida en sociedad, manifestadas en este caso como normas de interacción e interpretación lingüística, al mismo tiempo todo parece indicar que, en gran parte de las situaciones comunicativas, el designio creativo del hablante es la fuerza determinante en la configuración del mensaje. Ello va de acuerdo con una concepción cognitivista y constructivista del lenguaje humano, que se forma y se transforma a través de la interacción activa y constante con el entorno.

Las elecciones lingüísticas de todo hablante persiguen, junto al logro de propósitos transaccionales particulares, la creación de un *estilo* propio. Tal estilo, teniendo en cuenta todo lo dicho en el apartado anterior, no puede considerarse de naturaleza meramente formal, sino que supone la elección de un conjunto de significados que dicho hablante desea asociar a su propia persona, frente a otros que también serían posibles. El

estilo comunicativo no es, pues, otra cosa que la construcción del significado en situaciones de interacción real. En la medida en que podamos llegar a conocer los fundamentos cognitivos de una variedad lo mayor posible de fenómenos sintácticos y discursivos, así como los significados de cualquier tipo que pueden adquirir en contextos de comunicación reales, estaremos más cerca de describir adecuadamente la naturaleza formal y significativa de los estilos de comunicación, así como los valores últimos que sustentan su existencia (Aijón Oliva 2006a: cap. 10; Serrano y Aijón Oliva, en consideración a).

Una vez expuestos los principios generales de nuestro acercamiento a la variación lingüística, dedicaremos el resto de este trabajo a examinar algunas de las posibilidades que ofrece para el estudio de dos fenómenos muy diferentes: la expresión / omisión del sujeto y el uso de la metáfora como construcción de la imagen.

### **3. La expresión y la omisión del sujeto pronominal como recurso de estilo**

Uno de los muchos fenómenos gramaticales que cuentan ya con cierta tradición de análisis variacionista, pero cuyo conocimiento sin duda se ampliará grandemente con el enfoque que aquí hemos sintetizado, es la variación entre la expresión fónica y la omisión del sujeto de la cláusula (*Yo pienso* /  $\emptyset$  *pienso*). Frente a la visión formalista de que se trata de una variación libre (excepto, claro, en los contextos en que la presencia del sujeto es exigida, generalmente por necesidad de contraste), un análisis integrador revela que existen importantes condicionamientos pragmáticos y discursivos sobre este fenómeno, los cuales, en último término, remiten al propio significado nocional de la expresión del sujeto. Nuestra hipótesis es que un sujeto pronominal expreso se percibirá como más prominente (o será más *accesible*, en los términos de Ariel 1996) en el contexto discursivo-cognitivo que uno que no se realice en el plano formal. Ello permite detectar, entre otros aspectos, que el sujeto expreso y antepuesto al verbo es más frecuente en los contextos en que se pretende transmitir una imagen positiva de su referente (ejemplo 6). Por el contrario, el sujeto en posposición al verbo, colocación prototípica de los pacientes semánticos, predomina con claridad cuando existe una estrategia peyorativa (7, 8). Es decir, también este fenómeno de variación puede constituir un recurso de cortesía verbal a partir de sus propios valores cognitivos (Serrano y Aijón Oliva, en

consideración b)<sup>3</sup>.

- (6) A: *yo* más que nada incorporarme/ sabes por qué/ por lo económico/ porque me están descontando de la nómina||| las condiciones que *yo* tenía ya no me las están dando/ ya son muchas cosas en contra\  
B: claro, claro\  
A: entonces es|| jurarme/ es para pensarme si|| es hacerme fuerte/me acerco a esa persona y pensar/ *yo* tengo la sartén por el mango/ *yo* soy fuerte y ya no me hunde\ (CCEC <MaPly0307>)
- (7) ¿Y dice *usted* que está abierto al diálogo?... El pasado día 7, el personal de enfermería de Hematología le solicitó una entrevista de carácter urgente para tratar temas que nos parecen de gran importancia. Esta solicitud, firmada por 32 personas, no ha sido tenida en cuenta y estamos a día 19 (MEDIASA <Car-Ad-211204-6>)
- (8) A: lo que pasa es que claro/ pero *yo* no me he incorporado porque no sé lo que voy a hacer todavía/ claro/ las vacaciones como que no las voy a coger *yo*\  
B: ==claro, no vas a llegar y a coger vacaciones\ (CCEC <MaPly0307>)

Por otro lado, en Aijón Oliva y Serrano (en consideración) nos centramos en el estudio de un contexto léxico-sintáctico muy concreto, el de la forma verbal *creo* y la expresión variable de su sujeto *yo*. Esta predomina, en general, en los contextos discursivos de mayor interactividad, cuando los hablantes se ven obligados a competir por la posesión del turno conversacional: la formulación de *yo* contribuye a anclar el discurso en la esfera nocional de la primera persona, a subrayar la presencia de esta en la escena y a responsabilizarla del contenido que se va a expresar. Se trata, pues, de un recurso de *subjetivización*, en el sentido más amplio, del mensaje (cf. Traugott 1989). De ello se deriva, muy probablemente, la asociación típica de la variante con sujeto expreso *yo creo* a los enunciados de valor argumentativo, que expresan una opinión o un juicio de valor (9), mientras que la omisión del sujeto predomina cuando *creer* se utiliza en su valor epistémico de expresión de hipótesis, hechos de los que no se está seguro (10).

- (9) pero *yo creo* que: la Unión Deportiva Salamanca necesita / además de dinero otras cosas / aportar ideas: aportar alguna solución / y <sic> intentar sobre todo: empujar todos para el mismo carro / y no cada uno por uno porque eso *yo creo* que es malo / para la Unión Deportiva Salamanca y: por ende para:- para todos los que estamos en ella (MEDIASA <Dep-Co-080104-14:35>)

---

<sup>3</sup> Todos los ejemplos de este apartado proceden del Corpus Conversacional del Español de Canarias (CCEC), inédito, y del Corpus de Lenguaje de los Medios de Comunicación de Salamanca (MEDIASA), incluido en Aijón Oliva (2006a).

- (10) Eran unas fiestas austeras/ pero la gente se lo pasó bien\es el primer municipio donde hemos puesto en marcha el plan de austeridad\creo que hemos sido de los primeros|||la gente lo ha entendido perfectamente\ (CCEC<MaTe09>)

Por lo que se refiere a los valores socioestilísticos del fenómeno, muy poco estudiados hasta el momento, en Aijón Oliva y Serrano (en consideración) descubrimos, entre otros aspectos, que la expresión de hipótesis (en la mayoría de los casos, como se ha dicho, a través de la omisión del sujeto) es más frecuente en hablantes que generalmente desean proyectar una imagen de objetividad e imparcialidad, como pueden ser los periodistas y comunicadores (y también otros personajes públicos); lo contrario ocurre con los representantes de partidos políticos y sindicatos, con los que la variante *yo creo* en contexto argumentativo alcanza sus valores más elevados. Por lo tanto, la expresión / omisión del sujeto de *creo* resulta ser, de nuevo, un fenómeno sintáctico cuyos valores nocionales le permiten funcionar contextualmente como recurso de estilo y contribuir a la construcción de una determinada imagen personal.

Por otra parte, en términos de frecuencias absolutas se observa un uso más habitual de la forma *creo*, con o sin sujeto, en los hombres que en las mujeres, lo que podría indicar un estilo discursivo más orientado a la expresión de hipótesis y opiniones en el caso de aquellos, mientras que las mujeres tenderían a la transmisión de información (supuestamente) objetiva. No obstante, puede tratarse de un efecto producido por la naturaleza de los corpus utilizados (se trata de textos procedentes de los medios de comunicación), por lo que el dato debería contrastarse con materiales lingüísticos de otros ámbitos.

#### **4. La metáfora como construcción de la imagen**

El discurso periodístico es un buen ejemplo de cómo la selección lingüística da lugar a un estilo comunicativo personal que puede depender de la ideología y la función social del periodista. En un artículo de opinión es frecuente encontrar metáforas, definidas sociocognitivamente como un recurso lingüístico-cognitivo que, según Lakoff y Johnson (2001: 39), «impregna la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción». Los recursos metafóricos establecen relaciones subjetivas entre dominios cognitivos distintos y destacan unas características frente a otras, por lo

que son una estrategia peligrosamente eficaz en la comunicación persuasiva. Las más recientes tendencias sociolingüísticas ven en las metáforas del discurso periodístico una muestra de cómo las alternativas discursivas variables de la lengua están basadas en dimensiones cognitivas distintas que crean estilos particulares, esto es, construyen diferentes significados.

Machado Soto (2009) analiza un conjunto de artículos digitales e impresos que la sección internacional del diario español *El País* dedicó a los actuales presidentes de Venezuela (Hugo Chávez) y Colombia (Álvaro Uribe) el mismo día y al día siguiente de las primeras elecciones en que resultaron ganadores. En relación con Chávez se analizaron ocho artículos, y con Uribe nueve. En el primer caso se encontraron 112 metáforas y en el segundo 151.

Las metáforas encontradas en ambos casos se dividieron en dos grupos, denominados A y B. El primero incluye las metáforas que definen directa o indirectamente al personaje, su discurso, qué pretende, etc. En B figuran las que aluden a la realidad de Venezuela y de Colombia. Aquí se dan personificaciones y cosificaciones de los dos países, de sus entidades, problemas, etc., que en último término se asocian a la percepción de la persona política, pues esta representa a su país. En todos los casos aparecen metáforas tanto positivas como negativas; a continuación recogemos ejemplos.

a) Chávez

- (11) *Grupo A, positivo:* Soy un *guerrero* por la libertad
- (12) *Grupo A, negativo:* El comandante de discurso populista y *rompedor*
- (13) *Grupo B, positivo:* El petróleo... seguirá *en manos* del Estado
- (14) *Grupo B, negativo:* Los cerros más miserables de Caracas *aplaudían* aquel *porrazo* militar

b) Uribe

- (15) *Grupo A, positivo:* El candidato que *roza* el 50% en todos los sondeos
- (16) *Grupo A, negativo:* El candidato liberal independiente *lanza* un discurso de *mano dura*
- (17) *Grupo B, positivo:* La rabia de este país... *reclama* ahora autoridad
- (18) *Grupo B, negativo:* Las calamidades de Colombia *estimulan* las *guasas del fatalismo*

Las diferencias en los porcentajes de metáforas con significado positivo y negativo son notables. En el caso de Chávez predominan ampliamente las metáforas con significado negativo (74%); con Uribe, en cambio, son más abundantes las de significa-



do positivo (67.5%). Según esto, las personas políticas de Chávez y Uribe reciben imágenes opuestas por la construcción del significado metafórico en el discurso: la primera tiende a una percepción negativa y la segunda a una positiva, es decir, por medio de las elecciones formales se ha logrado crear significados diferentes.

## 5. Conclusión

No cabe duda de que el programa científico delineado y ejemplificado aquí ofrece enormes posibilidades para avanzar en el conocimiento de la variación en la morfosintaxis y el discurso y, mucho más allá, de la propia relación que existe entre la cognición humana y el uso lingüístico en toda situación real de comunicación. El reconocimiento de que las variaciones significativas son lo que da razón de ser a la variabilidad formal abre la puerta a la posibilidad de explicarla científicamente. El objetivo último es llegar a descubrir qué son y cómo son los estilos comunicativos, qué dimensiones comunicativas fundamentan su existencia y sus características, cómo se relacionan entre sí y cómo evolucionan a través de la interacción humana en contexto social.

## BIBLIOGRAFÍA

- AIJÓN OLIVA, Miguel Ángel (2006a): *Variación morfosintáctica e interacción social: Análisis del paradigma de los clíticos verbales españoles en los medios de comunicación*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca. Edición en CD-ROM.
- AIJÓN OLIVA, Miguel Ángel (2006b): «La variación morfosintáctica como recurso de cortesía: acerca del paradigma de los clíticos españoles», *Lingüística Española Actual* 28: 221-246.
- AIJÓN OLIVA, Miguel Ángel (2008): «Elección lingüística y situación comunicativa: un dilema teórico», *Revista de Filología de la Universidad de La Laguna* 26: 9-20.
- AIJÓN OLIVA, Miguel Ángel y María José SERRANO (2009): «Las bases cognitivas del estilo lingüístico», *Sociolinguistic Studies* 3.3. En prensa.
- AIJÓN OLIVA, Miguel Ángel y María José SERRANO (en consideración): «El hablante en su discurso: expresión y omisión del sujeto de *creo*».
- ARIEL, Mira (1991): «The Function of Accessibility in a Theory of Grammar», *Journal of Pragmatics* 16: 443-463.

- AUER, Peter (ed., 2007): *Style and Social Identities*, Berlin: Walter de Gruyter.
- COUPLAND, Nikolas (2007): *Style: Language Variation and Identity*, Cambridge: Cambridge University Press.
- CROFT, William y D. Alan CRUSE (2008[2004]): *Lingüística cognitiva*, Madrid: Akal Cambridge.
- LABOV, William (2001): «The Anatomy of Style-Shifting», en Penelope Eckert y John R. Rickford (eds.), *Style and Sociolinguistic Variation*, Cambridge: Cambridge University Press, 85-108.
- LAKOFF, George y Mark Johnson (2001[1980]): *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid: Cátedra.
- MACHADO SOTO, Elisa (2009): *Construcción del significado en el discurso a través del estilo: las elecciones de Hugo Chávez y Álvaro Uribe en el diario El País*. Trabajo de investigación predoctoral, Universidad de La Laguna.
- SCHILLING-ESTES, Natalie (2002): «Investigating Stylistic Variation», en Jack K. Chambers et ál. (eds.), *The Handbook of Language Variation and Change*, Oxford: Blackwell, 375-401.
- SERRANO, María José (1999): «Nuevas perspectivas en variación sintáctica», en María J. Serrano (ed.): *Estudios de variación sintáctica*, Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/ Vervuert, 11-49.
- SERRANO, María José (2007): «Historia que ya es historia: evolución y actualidad del concepto y la metodología de la variación sintáctica», *Boletín de Lingüística* 19: 102-127.
- SERRANO, María José (2010): «Morphosyntactic Variation in Spain», en Manuel Díaz Campos (ed.): *The Handbook of Hispanic Sociolinguistics*, Oxford: Wiley-Blackwell. En prensa.
- SERRANO, María José y Miguel Ángel AIJÓN OLIVA (en consideración a): «Syntactic Variation and Communicative Style».
- SERRANO, María José y Miguel Ángel AIJÓN OLIVA (en consideración b): «La posición variable del sujeto pronominal: fundamentos perceptivos y funcionalidad estilística interactiva».
- TALMY, Leonard (2000): *Toward a Cognitive Semantics*, Cambridge: MIT Press.
- TRAUGOTT, Elizabeth C. (1989): «On the Rise of Epistemic Meaning in English: An Example of Subjectification in Language Change», *Language* 65: 31-35.