



Facultad de Humanidades

**LAS INNOVACIONES EMPLEADAS EN EL USO DE LOS MARCADORES  
DEL DISCURSO EN LOS TEXTOS PERIODÍSTICOS DE LOS DIARIOS  
DEPORTIVOS *DEPOR* Y *LÍBERO***

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en la especialidad de  
Lingüística

**AUTOR**

Bach. López Chumbe, Mark

**ASESORA**

Lic. Cancino Verde, Rosalinn Francisca

**JURADO**

Mg. Asencios Espinoza, Feliciano

Mg. Julca Estrada, Yolanda Ruth

Dr. Salazar Mejía, Necker

Lima-Perú

2018

# ÍNDICE

<b>PORTADA</b>	<b>1</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>2</b>
<b>LISTA DE TABLAS</b>	<b>5</b>
<b>LISTA DE GRÁFICOS</b>	<b>6</b>
<b>LISTA DE ABREVIATURAS</b>	<b>7</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>8</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>9</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>10</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>12</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO I: GENERALIDADES</b>	<b>16</b>
1.1. ANTECEDENTES	16
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	21
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL	21
1.3.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS	21
1.4 OBJETIVOS	22
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	22
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	23
1.6 HIPÓTESIS GENERAL	24
1.6.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	24
1.7 VARIABLES	24
1.8 METODOLOGÍA	25
1.8.1 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.8.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.8.3 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	26
1.9 TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	26

1.9.1 RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO	26
1.9.2 ANÁLISIS DE LOS DATOS	27
1.10 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	27
1.11 ASPECTOS ÉTICOS	28

## **CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL** **29**

2.1. MARCADORES DISCURSIVOS	29
2.2. CLASIFICACIÓN	31
2.2.1 CLASIFICACIÓN PROPUESTA POR ZORRAQUINO & PORTOLÉS	31
2.2.2 MACROMARCADORES Y MICROMARCADORES	34
2.3 SU RELACIÓN CON LOS COMPONENTES LINGÜÍSTICOS	35
2.3.1 CON LA SEMÁNTICA	35
2.3.2 SU RELACIÓN CON LA PRAGMÁTICA	37
2.3.3 SU RELACIÓN CON LA FONOLOGÍA	39
2.3.4 SU RELACIÓN CON LA SINTAXIS	39
2.4 TEXTOS PERIODÍSTICOS	40
2.4.1 TIPOLOGÍA DEL GÉNERO PERIODÍSTICO	41
I. LA NOTICIA	41
II. EL REPORTAJE	41
III. LA ENTREVISTA	42
IV. LA CRÓNICA	42
2.5 EL PERIODISMO DEPORTIVO	42
2.5.1 DISCURSO DEPORTIVO	43
2.5.2 EL PERIODISMO DEPORTIVO EN EL PERÚ	46

## **CAPÍTULO III: ANÁLISIS Y RESULTADOS ESTADÍSTICOS** **48**

3.1 DIARIO DEPOR: RESULTADOS DE LOS TIPOS DE MARCADORES DEL DISCURSO	49
3.1.1 ESTRUCTURADORES DE LA INFORMACIÓN	51
3.1.2 CONECTORES	52
3.1.3 REFORMULADORES	57
3.1.4 OPERADORES ARGUMENTATIVOS	57
3.1.5 MARCADORES CONVERSACIONALES	57
3.2 DIARIO LÍBERO: RESULTADOS DE LOS TIPOS DE MARCADORES DEL DISCURSO	58
3.2.1 ESTRUCTURADORES DE LA INFORMACIÓN	58
3.2.2 CONECTORES	61
3.2.3 REFORMULADORES	66
3.2.4 OPERADORES ARGUMENTATIVOS.	67
3.2.5 MARCADORES CONVERSACIONALES	68
3.3 RESUMEN COMPARATIVO DE MARCADORES DISCURSIVOS DE AMBOS DIARIOS DEPORTIVOS	69

<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS LINGÜÍSTICOS</b>	<b>71</b>
4.1 CONCEPTO	71
4.2 ANÁLISIS LINGÜÍSTICO	74
4.2.1 ANÁLISIS PRAGMÁTICO	74
A. CONECTOR - CAUSAL	75
B. CONECTOR - CONTRAARGUMENTATIVO	76
C. CONECTOR - ADITIVO	81
D. CONECTOR - CONSECUTIVO	82
E. CONECTOR - EXPLICATIVO	84
4.2.2 ANÁLISIS FONOLÓGICO Y MORFOSINTÁCTICO	84
A. INTERPRETACIÓN FONOLÓGICA	85
B. INTERPRETACIÓN MORFOSINTÁCTICA	85
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>87</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>90</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>92</b>
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
REVISTAS HEMEROGRÁFICAS	98
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	99
TESIS	100
<b>ANEXOS</b>	<b>102</b>
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTECÍA	103
ANEXO 2: DIARIOS DEPORTIVOS DEPOR & LÍBERO CONSULTADOS	105
ANEXO 3: INVENTARIO DE MARCADORES DEL DISCURSO COMUNES EMPLEADOS EN LOS DIARIOS <i>DEPOR</i> Y <i>LÍBERO</i>	106
ANEXO 4: INVENTARIO DE MARCADORES DEL DISCURSO INNOVADORES EMPLEADOS EN LOS DIARIOS <i>DEPOR</i> Y <i>LÍBERO</i>	112
ANEXO 5: FICHA TÉCNICA; DIARIO <i>LÍBERO</i>	118
ANEXO 6: FICHA TÉCNICA; DIARIO <i>DEPOR</i>	119

## Lista de Tablas

<i>Tabla 1. Funciones usadas por los jóvenes de Madrid</i>	20
<i>Tabla 2. Clasificación de Marcadores del discurso</i>	32
<i>Tabla 3. Marcadores del discurso</i>	34
<i>Tabla 4. Depor: Uso de marcadores según sus tipos (16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	49
<i>Tabla 5. Depor: uso de los marcadores Estructuradores de la Información según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	51
<i>Tabla 6. Depor: uso de marcadores Ordenadores (16/5/14 al 25/5/14) (%)</i>	52
<i>Tabla 7. Depor: uso de marcadores Digresores (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)</i>	52
<i>Tabla 8. Depor: uso de los marcadores Conectores según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	53
<i>Tabla 9. Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14)</i>	54
<i>Tabla 10. Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)</i>	54
<i>Tabla 11. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)</i>	55
<i>Tabla 12. Depor: Uso de marcadores contra argumentativos (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)</i>	56
<i>Tabla 13. Líbero: Uso de marcadores según sus tipos (16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	58
<i>Tabla 14. Líbero: uso de los marcadores Estructuradores de la Información según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	59
<i>Tabla 15. Líbero: Uso de marcadores comentadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	60
<i>Tabla 16. Líbero: Uso de marcadores ordenadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	60
<i>Tabla 17. Líbero: uso de los marcadores del tipo Conectores, según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	61
<i>Tabla 18. Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	63
<i>Tabla 19. Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	64
<i>Tabla 20. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	65
<i>Tabla 21. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	66
<i>Tabla 22. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	67
<i>Tabla 23. Depor: Tipos de marcadores conversacionales según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)</i>	68
<i>Tabla 24. Uso de marcadores discursivos modalidad epistémica</i>	68
<i>Tabla 25. Cuadro comparativo de tipos de marcadores del discurso en los diarios Depor y Líbero</i>	70
<i>Tabla 26. Marcadores discursivos innovadores - MDI</i>	73
<i>Tabla 27. Marcadores del discurso innovadores: análisis fonológicos y sintácticos</i>	84

## Lista de Gráficos

Gráfico 1. Depor: Uso de marcadores según sus tipos(16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	50
Gráfico 2. Depor: uso de los marcadores Estructuradores de la información (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	51
Gráfico 3. Depor: uso de los marcadores Conectores según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	53
Gráfico 4. Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	54
Gráfico 5. Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	55
Gráfico 6. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	56
Gráfico 7. Depor: Uso de marcadores contra argumentativos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	57
Gráfico 8. Uso de marcadores según sus tipos (16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	58
Gráfico 9. Líbero: uso de los marcadores Estructuradores de la Información según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	59
Gráfico 10. Líbero: Uso de marcadores comentadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %). _____	60
Gráfico 11. Líbero: Uso de marcadores ordenadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %). _____	61
Gráfico 12. Líbero: uso de los marcadores del tipo Conectores, según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	62
Gráfico 13. . Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	63
Gráfico 14. . Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	64
Gráfico 15. . Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	65
Gráfico 16. . Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	66
Gráfico 17. . Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %) _____	67

## Lista de Abreviaturas

Adv.	Adverbio
Adj.	Adjetivo
Conj	Conjunción
Contrac.	Contracción
Prep.	Preposición
Verb.	Verbo
(↑)	Ascendente
(↓)	Descendente

**DEDICATORIA**

***Para mi familia: lo más  
preciado que tengo.***



## **AGRADECIMIENTO**

***Agradezco a todos los  
que me apoyaron en  
hacer que este sueño se  
vuelva realidad***

## RESUMEN

El objetivo de este estudio fue determinar la función que cumplen los marcadores del discurso en la redacción de los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero*. Para ello, esta investigación, de corte descriptivo–explicativo, se basó en un estudio operacional de intervención cualitativa. A través del uso del análisis de contenido y sus herramientas para estudiar los procesos de comunicación, así como del análisis de datos estadísticos, se concluye que en los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero* se emplean algunos marcadores discursivos con funciones innovadoras que contribuyen a la configuración del lenguaje de un modo particular para establecer una relación de cercanía e identidad entre el autor–lector. Por otro lado, entre los principales marcadores innovadores se identificó el uso -en la redacción periodística- de ***Y es que, Es por eso, A partir de ello, Y luego,*** entre otros. Es importante mencionar que su uso está ligado a la elaboración de notas sensacionalistas que despierten el interés o la expectativa en su público lector. Por último, se reveló que con la identificación de estos nuevos marcadores, es posible el desarrollo de un nuevo inventario que las identifique, pues, al parecer, para el caso peruano, no se dispone de un inventario actualizado, ni muchos menos consolidado sobre su uso, por lo que la

integración de los marcadores del discurso innovadores debe ser el primer paso para su construcción.

**Palabras claves:** Lingüística del texto, marcadores del discurso, pragmática, periodismo deportivo, Depor, Líbero

## ABSTRACT

The objective of this study was to determine the role played by the discourse markers used in the writing of the texts of national sports newspapers *Depor* and *Líbero*. For this, this descriptive - explanatory study is based on an operational qualitative intervention base. Through the use of content analysis and tools for the analysis of communication processes, as well as the analysis of statistical data it was concluded that: the use of innovative bookmarks in the writing of sports newspapers such as *Depor* and *Libero* contributes to the mode of a particular language that seeks, mainly, to establish a relationship of closeness and identity between the author and reader. On the other hand, among the main innovative markers, the use in the journalistic writing of *Y es que*, *Es por eso*, *A partir de ello*, *Y luego*, among others. It is important that its use is linked to the formulation of sensationalist notes that arouse interest or expectation to its reading public. Finally, with the appearance of these new markers it is necessary to develop an inventory that identifies them, because, apparently, for the Peruvian case, there is no updated inventory or much less consolidated on its use, so this integration must be the first step for its construction.

**Keywords:** Text linguistics, speech markers, pragmatics, sports journalism, *Depor*, *Líbero*.

## INTRODUCCIÓN

Existe una gama de marcadores del discurso que se emplean en los diarios deportivos, los cuales son utilizados actualmente por los redactores de prensa escrita deportiva. Si bien la función de este tipo de periodismo, al igual que todos, consiste en generar una relación entre el autor de la nota periodística y los lectores del diario, desde el enfoque lingüístico, se hace necesario identificar cómo contribuyen los marcadores del discurso innovadores para establecer una relación de cercanía e identidad entre el autor-lector.

Para ello, se recurrió, dentro de la gama de definiciones sobre los marcadores del discurso, a la propuesta de Martín Zorraquino & Portolés (1999), quienes señalan que los marcadores del discurso son unidades lingüísticas invariables. A su vez, poseen un cometido coincidente en el discurso: guiar las inferencias que se realicen en la comunicación; para ello, toman como referencia a sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas.

A partir de ello, se realizó un análisis lingüístico y estadístico de los diarios  *Depor* y  *Líbero* -dos de los principales periódicos deportivos a nivel nacional- durante el Mundial Brasil 2014. A partir de los resultados, se determinó la función que cumplen los marcadores innovadores en la redacción de notas periodísticas

y con qué frecuencia se emplean en los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero*.

Esta investigación consta de cuatro capítulos. En el primero se encuentran los aspectos generales de la investigación, como los estudios realizados en el Perú y el extranjero sobre los marcadores del discurso. Asimismo, se encuentra el planteamiento del estudio: la identificación y formulación del problema; los objetivos, la justificación e importancia de la investigación; la hipótesis, las variables, los indicadores y la metodología empleada en el presente trabajo de investigación.

En el Capítulo II se llevó a cabo un repaso detallado del ámbito teórico, herramientas necesarias para delimitar el alcance de la presente investigación. Aquí se rescatan los aportes de diversos autores sobre los marcadores del discurso, y se pone énfasis en los postulados de Martín Zorraquino & Portolés (1999).

Por otro lado, en el Capítulo III, se realizó un análisis estadístico, utilizando los postulados de los autores mencionados líneas arriba. De la misma manera, en el Capítulo IV se ubica la parte central de la tesis, conformada por el análisis pragmático, semántico, fonológico y sintáctico de los marcadores del discurso que conforman nuestro corpus. Para finalizar esta tesis, se presentan las conclusiones a las que se arribaron luego del análisis y discusión de los resultados, así como la consulta a las referencias bibliográficas citadas.

Se adjuntan a este trabajo, tablas que contienen citas extraídas de los diarios deportivos estudiados, en ellas se encuentran los marcadores del discurso empleados en las notas informativas.

## **CAPÍTULO I: Generalidades**

### **1.1. Antecedentes**

Los siguientes estudios –utilizados como referencia para el presente trabajo- resaltan la importancia de los marcadores del discurso para construir la argumentación y valorar el uso de los elementos lingüísticos como indicadores que desempeñan un rol importante en la construcción del significado. A su vez, estas permitieron nutrir de información pertinente para la elaboración de la presente tesis, asimismo, se puso una dedicada atención en las características que presentan los diarios deportivos.

Entre los principales estudios afines a esta investigación y que fueron consultados, se tomó como referencia el trabajo de Cuentas (2009). En su tesis *Análisis lingüístico de la argumentación en el discurso jurídico peruano*, cuyo objetivo principal fue determinar, analizar e interpretar los tipos de argumentos utilizados para exponer, desarrollar, aplicar y justificar las elecciones valorativas desde el análisis lingüístico en la construcción del discurso jurídico, para alcanzar los siguientes resultados: los marcadores textuales se encuentran distribuidos en oraciones que, por lo general, están al inicio de cada párrafo. Asimismo, los marcadores son importantes en la secuencia discursiva, pues disponen de cierto carácter polisémico y deriva en un tipo de ambigüedad léxica (Cuentas, 2009).



Por su parte Llontop (2013), en su estudio *Marcadores del discurso y niveles de comprensión de textos argumentativos en estudiantes de la Universidad San Martín de Porres*, concluyó que existe relación entre el uso de los marcadores del discurso y los niveles de comprensión que alcanzan los estudiantes del Taller de Expresión Escrita, pues, entre sus principales hallazgos, encuentra una relación significativa entre los marcadores y el nivel de comprensión literal: si se usan bien los marcadores, se asegura la respuesta del nivel literal. La importancia de este trabajo radica en la relación que tienen los marcadores del discurso al momento de comprender un texto.

En el ámbito internacional, De la Fuente (2006), con su libro *La argumentación en el discurso periodístico sobre la inmigración*, cuyo objetivo central fue detallar, con profundidad minuciosidad, las estructuras y estrategias argumentativas que los medios de comunicación españoles utilizaron en la caracterización de los actores sociales implicados en los sucesos de “El Ejido”<sup>1</sup>. Este estudio permitió observar cómo los marcadores textuales utilizados participan en los procesos de modificación argumentativa. Algunos ejemplos importantes que provienen de este trabajo se muestran a continuación:

Además, el edil destacó la importancia del compromiso asumido por el Gobierno para aumentar la dotación de los cuerpos de seguridad en la comarca como garantía para la convivencia pacífica de los ciudadanos y en la lucha contra la delincuencia. **Sin embargo**, Enciso volvió a salir al paso de las críticas que ha recibido por su negativa a ceder terrenos municipales (...) El alcalde ejidense reiteró que la problemática de la

---

<sup>1</sup> Localidad donde ocurrieron tres asesinatos perpetrados de inmigrantes magrebíes y que parte del pobladores tomaron represalias contra toda la población migrante de la zona.

inmigración «no es responsabilidad exclusiva de un municipio, sino que es algo que compete al Estado español en su conjunto. (Diario La Razón 19.02.2000)

(...) Tanto unos como otros quieren paz, **aunque** siguen incontrolados grupos de uno y otro lado que siguen escondiéndose en la multitud para seguir actuando de esta forma. En los comerciantes de todos los núcleos del término municipal de El Ejido había una profunda preocupación y la mayor parte de la ciudadanía ha comprendido que el resultado conseguido no es el más apropiado para la convivencia de todos (La Voz de Almería 09.02.2000”)

Por su parte, Flores (2013) en la tesis titulada *Los marcadores de reformulación: análisis, aplicado a la traducción español/italiano, de en fin y de hecho*, hizo referencia sobre la importancia, en traducción, de los marcadores del discurso. Para ello, desarrolló un análisis lingüístico centrado en los reformuladores *en fin y de hecho*, y sus posibilidades de traducción al italiano. El análisis permitió ampliar el abanico de posibilidades y describir matices dentro de cada una de las lenguas que difícilmente se habrían captado sin ayuda de la comparación.

Hemos comprobado –agrega Flores- que, al igual que ocurría con *en fin*, de hecho no recibe un equivalente único y exacto en italiano, sino que cuenta con toda una red de correspondencias aproximadas que se reparten según los contextos en los que la locución española se puede integrar (Flores 2013, p. 419).

También se revisaron algunas tesis sobre el estudio de los diarios deportivos nacionales, con la finalidad de tener conocimiento de las características de los medios deportivos impresos, influenciados por su público de niveles socio económicos D y E, y etario comprendido entre los 18 a 24 años. No obstante, ninguna de estas investigaciones aborda el tema de los marcadores

del discurso, pero sí proporcionaron un panorama sobre el discurso deportivo en los medios impresos a nivel nacional.

Por ejemplo, a este estudio se sumó el trabajo de Hernández (2013) en *Criterios que rigen la producción de noticias sobre los fichajes de futbolistas profesionales en el Perú: el caso del diario Depor*. La investigación concluyó que *Depor* es un diario con un discurso verosímil y poco objetivo, pues pretende alcanzar una buena credibilidad con la audiencia deportiva, con el esparcimiento de rumores en el contenido de su sección impresa. Para lograrlo, el periodista estaría empleando un discurso fabulado y usaría varias técnicas (por ejemplo, estrategias discursivas) para hacer creer a la audiencia una hipotética realidad.

(...) *Depor* constituye un discurso verosímil con el uso del 'off the record'. Con este recurso, los futbolistas que suenan como refuerzos en el diario, pueden ser una negociación confidencial entre el representante y club, y el periodista solo es el mediador y nexo para la audiencia que es hinchas de Universitario, Alianza Lima, Cristal, etc. Si el futbolista mencionado termina fichado por el club, el diario le recalcará a la audiencia que publicó esa información antes que la competencia (*Bocón* y *Líbero*). Si no firma el contrato, solo dirá que se cayeron las negociaciones. No reconocen la equivocación y no tienen las de perder" (Hernández 2013, p. 50).

Morales (2012) en su estudio titulado *La información incompleta y limitada de los diarios especializados. Los casos de El Bocón, Libero y Todo Sport*, sostuvo que "el contenido noticioso publicado en los tres diarios antes mencionados se enfoca básicamente en el fútbol, en perjuicio de los demás deportes practicados en el Perú. Según datos recogidos durante octubre de 2008, más del 64% de su contenido es sobre noticias del balompié local y mundial".

Con respecto al tratamiento periodístico que se brinda a los deportes diferentes al fútbol, Morales (2012) señaló que estos diarios se basan en la descripción de hechos, es decir, no existe análisis sobre la realidad del deporte peruano. Por otro lado, se aprecia un mínimo nivel de investigación en las noticias que fueron elaboradas por *Líbero*. Por otra parte, tampoco existe un nivel avanzado de profundidad, pues se plantean muchas preguntas que no tienen nada que ver con la práctica deportiva.

Con respecto al uso de los marcadores del discurso empleados en el habla juvenil, el estudio de Jørgensen & López (2007) concluyó que tal grupo etario hace uso reducido de estas palabras debido a las características de la interacción con su propio lenguaje. Este estudio fue muy importante, pues habría ayudado a conocer si los marcadores del discurso empleados en las notas informativas de los diarios seleccionados provienen del habla juvenil.

Tabla 1. Funciones usadas por los jóvenes de Madrid

Las funciones usadas por los jóvenes de Madrid		N.º
Estructuradores de la información 565	Comentadores pues (541), pues bien (2)	543
	Ordenadores, por otro lado (3)	3
	Digresores por cierto (13), a todo esto (4), a propósito (2)	19
Conectores 1136	consecutivos entonces (272), así pues (3), así (310), pues (317), así que (54)	956
	Contra argumentativos en cambio (4), sin embargo (9)	13
Reformuladores. 605	Explicativos o sea (590)	590
	De rectificación más bien (3)	3
	De distanciamiento en todo caso (3), de todos modos (2)	5
	Recapitulativos, en fin (7)	7
Operadores argumentativos 55	De refuerzo argumentativo en realidad (8), en el fondo (5), de hecho (2)	15
	De concreción: por ejemplo (39), en particular (1)	40
Marcadores Conversacionales 3723	De Modalidad epistémica claro (324), desde luego (13), por lo visto (8)	345
	De modalidad deóntica: bueno (80), bien (44), vale (463)	587
	Enfocadores de la alteridad: hombre (136), oye (209), mira (597)	942
	Meta discurso conversacionales: bueno (541), eh (1085), e (223), este (10)	1849

Fuente: Myre & Martínez (2007). *Los Marcadores del Discurso del Lenguaje Juvenil de Madrid*.

*Nota:* en este cuadro se puede observar que los conectores conversacionales bueno (541), eh (1085), e (223), este (10) los más empleados por los jóvenes madrileños en su hablar cotidiano, seguido del conector explicativo o sea (590.)

## **1.2. Planteamiento del problema**

### **1.2.1. Descripción de la situación problemática**

Los estudios revisados respecto al uso de los marcadores discursivos en el ámbito periodístico –y principalmente deportivo- son muy escasos. No se ha encontrado información sobre las innovaciones en el uso de los marcadores del discurso empleados en los textos periodísticos nacionales de los diarios *Depor* y *Líbero*. Como se apreció en la sección anterior, las investigaciones realizadas por Morales (2012) y Hernández (2013) no abordan específicamente los marcadores discursivos, quizá porque su objetivo es otro.

En tal sentido, el estudio respondió a una problemática que se evidencia a través de la lectura crítica y el análisis empírico de los marcadores empleados en los textos periodísticos deportivos nacionales, por lo que podría decirse que, en el ámbito local, se trataría de una exploración de varios de los aspectos que se han innovado y que han contribuido a la redacción periodística deportiva.

## **1.3 Formulación del problema**

### **1.3.1 Problema principal**

- ¿Cómo contribuye la innovación del uso de los marcadores del discurso en la redacción de los textos periodísticos nacionales de los diarios *Depor* y *Líbero*?

### **1.3.2 Problemas específicos**

- ¿Qué tipo de marcadores discursivos innovadores se emplean en los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero*?

- ¿Con qué frecuencia se emplean este tipo de marcadores discursivos en los textos periodísticos nacionales de los diarios *Depor* y *Líbero*?
- ¿Cuál es la función que cumplen en la redacción de los textos periodísticos deportivos?
- ¿Qué importancia tiene la innovación de estos marcadores en la redacción de los textos periodísticos?

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

- Analizar la función que cumplen los marcadores del discurso que se emplean en la redacción de los textos periodísticos nacionales de diarios deportivos *Depor* y *Líbero*.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Determinar qué tipo de marcadores discursivos innovadores se emplean en los textos periodísticos nacionales de los diarios *Depor* y *Líbero*.
- Determinar la frecuencia con la que se emplean en los textos periodísticos nacionales de los diarios *Depor* y *Líbero*.
- Analizar la función que cumplen en la redacción de los textos periodísticos.
- Describir y explicar la importancia de los marcadores discursivos en la redacción de los textos periodísticos.

## **1.5 Justificación e importancia**

El presente trabajo de investigación pretendió reunir una información teórica y empírica que complementará los estudios sobre marcadores del discurso y su influencia en la construcción del significado del texto. En la actualidad, existen diversas investigaciones sobre este tema, pero muy pocas las vinculan al estudio del discurso periodístico.

A través de los aportes de esta investigación, se podrán elaborar o proponer materiales y estrategias para mejorar el proceso de enseñanza de redacción general y en particular, la periodística. Como señaló Fuentes (1999, p. 65) "los marcadores del discurso son elementos periféricos oracionales y son medios constitutivos de organización textual. Por ello, también tienen una función que cumplir en la dimensión informativa de esa organización".

El conocimiento de los marcadores del discurso y la función que cumplen en el texto son de gran ayuda al momento de redactar. Por ello, esta investigación proporcionará importantes contribuciones a la lingüística textual, básicamente a la redacción periodística.

Por último, la investigación fue significativa e importante, ya que permitió conocer los marcadores del discurso que se emplean en la prensa escrita. Los hallazgos contribuirán para la enseñanza de los cursos afines a la redacción periodística, ya que los marcadores del discurso guían al redactor al momento de escribir su nota periodística; además, el empleo de marcadores innovadores demarcará el estilo del diario.

## 1.6 Hipótesis general

El uso de los marcadores discursivos innovadores en la redacción de los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero* contribuye a la configuración de un modo particular de lenguaje que busca, principalmente, establecer una relación de cercanía e identidad entre el autor-lector.

### 1.6.1 Hipótesis específicas

- Los marcadores del discurso innovadores más recurrentes en la redacción de textos periodísticos de los diarios *Depor* y *Líbero* son los pertenecientes a la clase de *Conectores*, seguido por los *Estructuradores de la información* y *Marcadores conversacionales*.
- La frecuencia de estas innovaciones es recurrente, principalmente, cuando se trata de reforzar datos contradictorios o basados en suposiciones.
- Los marcadores del discurso innovadores y comunes empleados en los textos periodísticos deportivos de los diarios *Depor* y *Líbero* generan mayor cercanía e identificación entre el lector y el texto.

## 1.7 Variables

- **Variable dependiente:**

Uso de marcadores discursivos innovadores en la redacción de textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero*.



- **Variable independiente:**

Relación de cercanía autor-lector.

Marcadores innovadores.

## **1.8 Metodología**

### **1.8.1 Tipo de la investigación**

La investigación fue de corte descriptivo-explicativa. Fue descriptiva ya que su objetivo es mostrar una situación en un contexto; mientras que fue explicativa porque procuró averiguar la veracidad de la hipótesis.

Por otro lado, con este estudio se realizó una revisión bibliográfica referente a la definición, clasificación y caracterización de los marcadores discursivos, así como su uso con la finalidad de construir una base teórica para brindar una explicación adecuada sobre los elementos de investigación que son el fin de este estudio.

El universo de la muestra contiene los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero* durante el año 2014. Asimismo, se asumió un enfoque cualitativo y cuantitativo con el fin de optimizar el análisis de *corpus*.

### **1.8.2 Diseño de la investigación**

Este estudio tuvo una base operacional de intervención cualitativa. En ese sentido, se requirió de un plan adaptado a las circunstancias en función al objeto de investigación. Por otra parte, en una primera etapa, se realizó una revisión documental y bibliográfica del tema de investigación tratado.

En una segunda etapa, se elaboraron los instrumentos de recojo de información, mientras que en la etapa tercera etapa se efectuó el recojo de la misma, o sea, la aplicación de la matriz de código y procesamiento diseñado para el presente estudio. Posteriormente, en la cuarta fase, se realizó el análisis e interpretación de los datos. Por último, se elaboró la discusión de los resultados con el fin de brindar las conclusiones y proponer las recomendaciones.

### **1.8.3 Delimitación de la investigación**

#### **Delimitación espacial**

Los marcadores discursivos pertenecen a los diarios periodísticos deportivos *Depor* y *Líbero* de Perú.

#### **Delimitación temporal**

Los marcadores fueron recogidos del lunes 16 de junio al miércoles 25 de junio de 2014 y pertenecen a los diarios deportivos *Depor* y *Líbero*.

## **1.9 Técnica de procesamiento y análisis de datos**

### **1.9.1 Recolección y procesamiento**

Para el procesamiento de esta investigación se empleó el *análisis de contenido*, la técnica que permite desarrollar una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de alguna forma de comunicación, sea escrita u oral (Ander-Egg, 1982). Este tipo de análisis resulta ser una técnica útil para analizar los procesos de comunicación. Para el desarrollo de esta técnica, se empleó una

ficha codificada para lograr una descripción y análisis precisos de los marcadores del discurso empleados.

### **1.9.2 Análisis de los datos**

Finalmente, los resultados se plasmaron en tablas para el análisis respectivo. A partir de ello, estos fueron clasificados y agrupados para analizarlos en función a la teoría elaborada. Los datos relevantes han sido distribuidos sistemáticamente para la comprensión del tema a tratar. Además, se analizaron aquellas unidades lingüísticas (marcadores de discurso) consideradas como innovadoras, y que posteriormente fueron identificados, descritos y comparados dentro de un cuadro clasificadorio lingüístico.

Por último, es importante añadir que la información también integró ciertos elementos de tipo cuantitativo. Por ejemplo, con el objetivo de contrastar la hipótesis, se emplearon *estadísticos descriptivos* tales como frecuencia y porcentajes.

### **1.10 Validez y confiabilidad del instrumento**

Para la validación del instrumento (hoja de codificación) fue necesario realizar un piloto para el recojo de información de los textos periodísticos seleccionados. Este ejercicio permitió ver la pertinencia del instrumento, pero, en vista de la cantidad de notas y la complejidad de los marcadores del discurso empleados, se decidió analizar diez ejemplares por cada periódico deportivo estudiado, respectivamente.

## **1.11 Aspectos éticos**

Se tomaron en cuenta los principios jurídicos y éticos de un trabajo inédito. Además, fueron respetados los créditos de terceros, así como la propiedad intelectual consultada de un registro de referencias de acuerdo con las Normas de la American Psychological Association - APA 2016 Sexta Edición.

## CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL

### 2.1. Marcadores discursivos

Para Martín Zorraquino & Portolés (1999) los marcadores “son unidades lingüísticas invariables. Además, poseen un cometido coincidente en el discurso, o sea orientar -de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas- las inferencias que suceden en la comunicación” (p. 4057). Por otra parte, los mismos autores agregan que, entre sus principales funciones, se identifican las que marcan los puntos más importantes de un escrito, tales como:

- Visibilizar las relaciones estructurales del contenido.
- Apoyar la localización de la información.
- Brindar fuerza y cohesión.
- Asegurar la continuidad del discurso.

El adecuado uso de un marcador dependerá no solo de las propiedades gramaticales, sino también del esfuerzo del redactor para lograr la comprensión textual en sus leyentes. Los marcadores obligan al lector a desarrollar las inferencias de un modo determinado. Esto se debe a que los hablantes se comunican representando un estímulo que permite al oyente conseguir, por medio de inferencias, lo que se pretende comunicar (Martín Zorraquino & Portolés, 1999, p. 4058).

Cabe resaltar que esta función interactiva (hablante-oyente) favorece, por ejemplo, el cambio frecuente del tema de la comunicación y el uso de expresiones que indican que el hablante ha recibido el mensaje emitido por el oyente, o que ha comprendido dicho mensaje, o que desea mantener el contacto comunicativo (Martín Zorraquino & Portolés 1999).

Sobre la definición de este fenómeno lingüístico, Schiffrin (1987) postula su funcionalidad en los dominios cognitivos, sociales, expresivos y textuales, pero esencialmente resalta su presencia en las unidades de conversación.

Por su parte, Díaz (1987) los denomina 'conectores' por su función: orientar al lector en el descubrimiento del texto. Con la ayuda de estos se organiza la información de sus textos. Por su parte, el lector requiere de los conectores con el afán de descubrir fácilmente, el relacionamiento del texto con la información nueva suministrada. Resaltó la característica de no conmutabilidad de algunos 'conectores', ya que la gran mayoría de ellos son polisémicos. Por último, aun cuando se diferencien, pueden expresar una misma relación semántica, pero ello no quiere decir que son intercambiables.

En cambio -para Murillo (2007)- los marcadores portan sus propias funciones y por sus diferencias, tienden a distinguirse entre diferentes subgrupos y elementos. Sin embargo, tienen varias características fundamentales: i. Su significado procedimental, el cual puede estar en mayor o menor grado, ii. El rol de guías de inferencias, iii. El rol de organizadores de la estructura discursiva. Además -agrega- no es la única denominación para este fenómeno lingüístico.

Existe una diversidad de ellos. Estos pueden ser “enlaces extra oracionales”, “expletivos”, “operadores”, “muletillas”, “partículas discursivas”, entre otros.

Sobre este aspecto, Cortés & Camacho (2005) estudiaron a fondo las distintas denominaciones que se les asigna. Otra contribución fue la acuñación del término “conectores discursivos/del discurso”, empleado en los artículos de los autores Portolés (1999) y Montolío (1998). Por otro lado, el término conectores pragmáticos se puede encontrar en los estudios de Fuentes (1999) y Solano (1989). Otra designación empleada por Cépeda (1988) son los “marcadores conversacionales”, mientras que para Bernárdez (1994) se llaman “marcadores textuales”.

Por último, entre los términos menos empleados en esta definición se encontraron los siguientes:

<b>Autores</b>	<b>Término</b>
Gili (1961)	Muletillas
Cortés (2005)	Expletivos
Ortega (1985)	Apéndices
Portolés (1998)	Ordenadores del discurso
Llorente (1996)	Organizadores de la comunicación
Fuentes (1999).	Relacionantes supra oracionales

## **2.2. Clasificación**

### **2.2.1 Clasificación propuesta por Martín Zorraquino & Portolés**

Como se ha observado en la sección anterior, los marcados son muy difíciles de sistematizar. Martín Zorraquino & Portolés (1999) afirman que no existe una sola clasificación uniforme. Sin embargo, en un intento por juntarlos, se distinguen, al menos, cinco grupos:

Tabla 2. Clasificación de Marcadores del discurso

Marcadores	Tipos
<b>Estructuradores de la información</b>	<p><b>Comentadores:</b> incluyen un nuevo comentario (“pues”, “pues bien”, “así las cosas”)</p> <p><b>Ordenadores:</b> está conformado por varias secciones del discurso que forman parte de un comentario. Se basan, comúnmente, en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enumeración: primero, segundo, tercero, entre otros.</li> <li>- Espacial: por un lado, por otro lado, por una parte, por otra parte.</li> <li>- Temporal (“después”, “luego”, “finalmente”).</li> <li>- Pares correlativos: “por un lado/por otro (lado)”, “por una parte/por otra (parte)”, entre otros. En algunos casos, pueden estar seguidos por un tercer marcador de tipo ordenador. Este subtipo de ordenadores se clasifica en tres subtipos: <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Marcadores de apertura:</b> “en primer lugar, primeramente, por un lado. Abren una secuencia en el discurso</li> <li><b>Marcadores de continuidad:</b> en segundo/tercer/.../lugar, por otra parte, por otro lado. El miembro que acompaña forma parte de una serie de la cual no son el elemento inicial.</li> <li><b>Marcadores de cierre:</b> por último, en último lugar, finalmente. Es el fin de una serie discursiva,</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Digresores:</b> por cierto, a todo esto, a propósito. Introducen un comentario lateral respecto de la planificación del discurso anterior</p>
<b>Conectores</b>	<p><b>Conectores aditivos:</b> unen a un miembro anterior con otro de su misma orientación (“además”, “encima”, “aparte”, “incluso”).</p> <p><b>Conectores consecutivos:</b> conectan a un consecuente con su antecedente (“por tanto”, “por consiguiente”, “por ende”, “en consecuencia”).</p> <p><b>Conectores Causales:</b> ponen de relieve la causa en la relación de causa-efecto (“a causa de”, “porque”, “por ello”, “puesto que”, “ya que”, “dado que”)</p> <p><b>Conectores contra argumentativos:</b> Eliminan algunas de las conclusiones que pudieran inferirse de un miembro anterior (“en cambio”, “por el contrario”, “sin embargo”, “no obstante”).</p>
<b>Reformuladores</b>	<p><b>Explicativos:</b> Presentan un nuevo miembro del discurso como una explicación anterior (“o sea”, “esto es”, “es decir”).</p> <p><b>Rectificativos:</b> Corrigen a un miembro discursivo anterior (“mejor dicho”, “mejor aún”, “más bien”).</p> <p><b>Distanciamiento:</b> Privan de pertinencia al miembro discursivo anterior (“en cualquier caso”, “en todo caso”, “de todos modos”).</p> <p><b>Recapitulativos:</b> Introducen una recapitulación o conclusión de un miembro discursivo anterior o una serie de ellos (“en suma”, “en conclusión”, “en definitiva”, “en fin”, “al fin y al cabo”).</p>
<b>Operadores argumentativos</b>	<p><b>a. Operadores de refuerzo argumentativo:</b> Su significado refuerza como argumento el miembro del discurso en el que se encuentra frente a otros posibles argumentos (“en realidad”, “en el fondo”, “de hecho”).</p> <p><b>b. Operadores de concreción:</b> Muestran el miembro del discurso en el que se localizan como una concreción o un ejemplo de una generalización (“por ejemplo”, “en particular”).</p>
<b>Conversacionales</b>	<p>Aquellos que se utilizan frecuentemente en la conversación, y que, además, se caracterizan por cierta autonomía, pues pueden</p>



	<p>aparecer solos en una intervención. (Martín Zorraquino, 1999). Los marcadores conversacionales se distribuyen en cuatro grupos:</p> <p><b>a. De modalidad epistémica:</b> Señalan el grado de certeza, de evidencia, que el hablante atribuye al miembro o a los miembros del discurso con el que se vincula cada partícula (“claro”, “por lo visto”, “desde luego”).</p> <p><b>b. De modalidad deóntica:</b> Indican diversas actitudes volitivas del hablante respecto del miembro o miembros del discurso en el que aquellos comparecen (“bueno”, “bien vale”).</p> <p><b>c. Enfocadores de la alteridad:</b> Orientan sobre la forma como el hablante se sitúa en relación con su interlocutor en la interacción comunicativa (“hombre”, “mira”, “oye”).</p>
<b>Meta discursivos conversacionales</b>	Sirven para estructurar la conversación; es decir, para distinguir bloques informativos, por ejemplo, o para alternar o mantener los turnos de palabra, etcétera (“bueno”, “eh”, “este”).

Fuente: Martín Zorraquino & Portolés (1999, p.4056)

Tabla 3. Marcadores del discurso

Tipo de marcadores del Discurso	Función de marcadores del discurso	Ejemplos de marcadores del discurso
Estructuradores de la Información	Comentadores	Pues, pues bien, así las cosas, para,
	Ordenadores	En primer lugar/en segundo lugar, por una parte/por otra parte, de un lado.
	Digresores	Por cierto, a todo esto, a propósito, también.
Conectores	Aditivos	Además, encima, aparte, incluso, del mismo modo, también, es más
	Consecutivos	Por tanto, por consiguiente, por ende, en consecuencia, de ahí, entonces, pues, así, así pues, luego, mientras, por eso, antes
	Causal	Porque, ya que, pues, por ello, y es que
	Contra argumentativos	En cambio, por el contrario, antes bien, sin embargo, no obstante, con todo.
Reformuladores	Explicativos	O sea, es decir, esto es, a saber, como.
	Rectificativos	Mejor dicho, mejor aún, más bien.
	De distanciamiento	En cualquier caso, en todo caso, de todos modos.
	Recapitulativos	En suma, en conclusión, en definitiva, en fin, al fin y al cabo.
Operadores Argumentativos	De refuerzo argumentativo	En realidad, en el fondo, de hecho.
	De concreción	Por ejemplo, en particular.
Marcadores Conversacionales	De modalidad epistémico	Claro, por lo visto, desde luego
	De modalidad deóntica	Bueno, bien vale
	Enfocadores de la alteridad	Hombre, mira, oye
	Meta discursivos conversacionales	Bueno, eh, este

Fuente: Adaptado de Martín Zorraquino & Portolés (1999, pp. 4081-4082)

## 2.2.2 Macromarcadores y Micromarcadores

Entre las otras clasificaciones, el presente estudio, a manera de referencia, ha tomado la propuesta de Alcaraz (2000), la cual, encierra a los marcadores en dos categorías referidas, en función al enfoque comunicativo bühleriano:

- **Micromarcador:** garantiza el vínculo entre los enunciados, en una relación intratextual. Corresponde, a *grosso modo*, a las categorías tradicionales de conjunción y adverbio.
- **El macromarcador:** expresa una relación más compleja entre el texto y los interlocutores, pues permite al interlocutor conocer la etapa del desarrollo del texto. A partir de esta distinción esta

categoría se subdivide en dos: a) iniciadores (para comenzar), finalizadores (Para resumir) y b) aseveraciones.

Por otra parte, el autor destaca su importancia en la señalización del flujo de la información: revelan la introducción de un tópico y los que señalan el cambio de tópico y sus matizaciones en el ejercicio mental del lector de ir procesando la información.

## **2.3 Su relación con los componentes lingüísticos**

### **2.3.1 Con la semántica**

Gutiérrez (1981) señaló que cuando se intenta buscar la relación entre la semántica y los marcadores, lo que se revela es el aporte a las definiciones, así como a designación y denotación de significados. Por ejemplo: la palabra *silla* tendrá como elementos constituyentes de su significación los rasgos semánticos (+ asiento, + respaldar, + patas, + individual...). Como se observa, la definición propuesta puede ser caracterizada como un conjunto de rasgos semánticos que revelan las propiedades de la clase de objetos a las que un signo podría ser aplicado.

El objetivo es relevante: busca delimitar qué tipo de elementos deben ser incluidos en la significación asociada a una determinada palabra. A partir de esta delimitación dependerán las capacidades referenciales de la unidad, así como las posibilidades en la construcción de razonamientos argumentativos donde pueda intervenir este término.

Con base a ello, la semántica tiene un significado procedimental: dentro del discurso se actualizan significados relevantes para construir un determinado mensaje, pues la diferencia entre lo conceptual y lo procedimental no es solo relevante para la caracterización semántica de las palabras, sino también es relevante para definir a los marcadores del discurso (Gutiérrez 1981, p. 127).

Ante ello, Martín Zorraquino & Portolés (1999) sostuvieron la importancia de los conectores y su relación semántica, indicando que vinculan no solo semánticamente a un miembro del discurso con otro miembro anterior o con un superior textual fácilmente accesible, sino también de manera pragmática, pues –sostienen- los marcadores no poseen un valor sémico, es decir, no tienen un significado semántico designativo, más bien estos elementos poseen un significado de procesamiento sobre el contenido de los elementos que se enlazan. El adecuado uso del marcador del discurso dependería no solo de las propiedades gramaticales; sino del esfuerzo para lograr la comprensión del discurso.

Por otra parte, estos conectores no se conciben como nexos que conectan una oración o proposiciones con otras, más bien identifican la unidad que está formada por una serie de instrucciones que hace comprender la relación semántica entre los miembros conectados, pero desde una forma predeterminada (Portolés, 1998, p. 72). A su vez, se advierte la existencia de una construcción en la semántica estructural. Esta se ubica en la base de gran parte de los estudios y análisis efectuados en torno al problema de la significación, pues la metodología utilizada sobre la base del sistema de

oposiciones en rasgos distintivos fue aplicada al plano del contenido (Martín Zorraquino & Portolés, 1999).

### **2.3.2 Su relación con la pragmática**

Como indica Camps (1976), donde hay comunicación existe una pragmática compartida, así como un lenguaje viable. De esta manera, la forma en cómo se emplea el lenguaje trasciende su uso teórico y cumple su labor destinada, es decir una función comunicativa. Obviamente, una palabra o un nombre carecen de poder comunicativo, es decir, si no existe un contexto para definir el acto lingüístico. La pragmática cumple la labor de identificar y reconstruir las condiciones universales de toda comprensión posible (Habermas 1976). Un ejemplo interesante de esta teoría es el propuesto por Portolés (1998):

*Lula es inteligente y, sin embargo, pobre.*

Como señala el autor, el contenido semántico del marcador *sin embargo* no afecta a las condiciones de verdad que deben satisfacer las proposiciones: i. Lula es inteligente y ii. Lula es pobre. Puesto que el papel de este conector es indicar que ambos contenidos deben ser procesados como contradictorios, a partir de esta inferencia se entiende que los marcadores del discurso no estarían contribuyendo directamente al significado conceptual de las intervenciones ni a sus condiciones de verdad, pero sí a su procesamiento, esto es, a la realización de unas inferencias determinadas a partir de la relación de lo dicho y el contexto (Portolés 1998, p. 22).

Anscombe & Ducrot (1994) desearon superar la idea de que el lenguaje no es primordialmente denotativo; pues esto que les lleva a defender una semántica no veritativa (por eso rechazaron el verificacionalismo) que es la base

de la teoría de la argumentación, sintagmática y no opuesta a la pragmática. La idea clave de los estudiosos consistía en exponer que el valor principal del lenguaje es el argumentativo. Por ejemplo, precisando lo mismo por el autor, si se dice:

*A la función de cine asistieron solo diez personas.*

Nadie esperará una continuación del tipo

*Por eso fue un éxito total de asistencia.*

Conclusión que sí sería esperable:

*A la función de cine asistieron nada menos que cien personas.*

En este caso, la orientación del significado que comunica un discurso se consigue a través del uso de los marcadores argumentativos. Por otro lado, sobre este fenómeno lingüístico, en los últimos años se habla del *topos* como un nuevo concepto, el cual se define a continuación:

Un *topos* se define como un presupuesto o deducción que da sentido al acto de la argumentación y permite el encadenamiento discursivo, es decir es un presupuesto que comparte toda una comunidad lingüística, aunque en el sentido pragmático (Llontop 2013, pp. 26-27).

### **2.3.3 Su relación con la fonología**

La fonología suprasegmental pone especial atención en la prosodia, debido a que, en ocasiones, consiste en un recurso demarcativo determinante para la segmentación de discurso en actos (Hidalgo 1997). En este caso, se hace necesario poner atención a las siguientes marcas prosódicas: pausa, presencia de una curva melódica completa o el empleo de una entonación final marcada en los enunciados aseverativos (con un tonema ascendente (↑) o descendente (↓)). Estos elementos son imprescindibles en la estructura gramatical como acto.

### **2.3.4 Su relación con la sintaxis**

Quilis *et al* (1993) sostienen que los marcadores son la porción de discurso comprendida entre dos pausas, entre pausa e inflexión del fundamental, entre inflexión del fundamental y pausa, o entre dos inflexiones del fundamental que configura una unidad sintáctica más o menos larga o compleja (sintagma, cláusula, oración)” (pp. 56-57).

Cabe resaltar que la posible presentación de dos estructuras sintácticas formadas con las adverbiales propias y adjetivas explicativas, se encuentran subactos sustantivos subordinados que suponen un añadido informativo respecto de un eventual subacto sustantivo director.

Otra cuestión que menciona el mismo autor son las oraciones sustantivas y adjetivas especificativas, que no constituyen un aporte informativo diferente del que está representado en un supuesto subacto sustantivo directo: en el caso de las sustantivas, el verbo ejerce una reacción informativa vinculada

necesariamente a la oración sustantiva. Por ejemplo: *él dijo que su padre estaba enfermo, que su padre estaba enfermo* no es informativamente diferente de *dijo*, sino que la información relevante es *dijo que estaba enfermo*. Análogo es el caso de las adjetivas especificativas, si bien en este caso la reacción informativa viene dada por el sustantivo antecedente del relativo.

Si considera que tiene sustancia informativa (contenido proposicional), y se analizan cuál de las dos partes de un acto que contenga una topicalización es más importante, se deduce que son sub actos subordinados: dependen de un núcleo que informativamente es más importante y potencialmente podría sustituir al acto en su conjunto. Levemente o, a veces, ostensiblemente, en función del énfasis realizado.

#### **2.4 Textos periodísticos**

Báez (2006) señala que estos documentos, por su forma elocutiva, son generalmente expositivos o argumentativos y, según su función, apelativos e informativos. Asimismo, presentan un mensaje atractivo con la finalidad de llamar la atención del receptor. Se estima que casi todos los mensajes estén apoyados por ilustraciones con el propósito de reforzar la expresividad.

Los puntos esenciales del lenguaje periodístico son la inmediatez e interés social. Esto se manifiesta a través de un lenguaje accesible y fluido: todos pueden entenderlo

Para el mismo autor, los géneros periodísticos son variados; además pueden calificarse como instrumentos, “pertrechos” o armas. Sus características son las siguientes:



<b>Características</b>	<b>Explicación</b>
<b>Lógicas</b>	Énfasis en el mensaje. Tiene como propósito comunicar sin contradicciones para persuadir. No existen limitaciones importantes durante la composición de los textos, no obstante, se adaptan a las formas en que se presentan cada uno de ellos.
<b>Retóricas</b>	Pueden ser de estructura abierta o cerrada. Ello está en función al tipo de texto. Además, están compuestas de una organización lógica y jerárquica, las cuales pueden ser por partes o bloques y usan patrones retóricos. La frecuencia en la inserción de gráficos, esquemas y dibujos, carteles y materiales audiovisuales.
<b>Lingüísticas</b>	Dominio de la claridad en el lenguaje y carece de ambigüedades. Se determina por un tema concreto. Esto es importante: existe una abundante presencia de neologismos y coordinación equilibrada entre los aspectos formales y contenidos.
<b>Normas de redacción</b>	Se precisa de sencillez y claridad, como principio ideal de expresión y un empleo del léxico adecuado, manejando con precisión y exactitud el lenguaje.

Fuente: Báez (2006).

## **2.4.1 Tipología del género periodístico**

### **i. La Noticia**

Relato de un hecho acontecido. Se rige por dos factores básicos: la novedad y el interés público. Respecto a su estructura, está determinada por el número de columnas que ocupa y por su posición en el escrito: se busca leer las páginas impares y, claro es, las de la portada.

### **ii. El reportaje**

Es un trabajo no influido por la inmediatez de la noticia. Este género desarrolla y amplía la información, aunque anteriormente habría aparecido en forma de noticia. Asimismo, cabe la posibilidad de insertar declaraciones y antecedentes muy detallados, así como las consecuencias de los hechos.

### **iii. La entrevista**

Está centrada en el interés de una persona, así como en el recojo de información a través del diálogo. En esta técnica se insertan aclaraciones acerca del entrevistado y valoraciones sobre hechos con él relacionados.

### **iv. La crónica**

Da cuenta varios sucesos: la primera es la crónica local circunscrita al costumbrismo de una zona o localidad; la segunda es la extranjera y trata sobre las costumbres de pueblos autóctonos. También se tiene a los sucesos; entre otros temas. Se otorga mucha valoración a la autoridad del firmante que se caracteriza por un estilo lingüístico personal (Domínguez, 2010).

## **2.5. El Periodismo deportivo**

Es la interrelación entre periodismo y deporte. Esta sociedad no es reciente. Se remonta al siglo XIX, con la aparición en Londres del primer diario especializado en este tema: el *Sportman*; luego cambió de denominación por el de *Sporting Life*. En Francia el primer diario deportivo fue *Le Veló* que comenzó a editarse en 1892 (Morales 2012, p. 50).

Los primeros eventos deportivos que fueron cubiertos por unos incipientes medios periodísticos fueron los Juegos Olímpicos celebrados en Atenas en 1896. Como testigos de las competiciones, iban los corresponsales del diario *Le Figaró* y el londinense *The Times*. Para esta fecha se empezaron a publicar las primeras crónicas sobre deportistas (Alcoba 1993, p. 64).

En 1906 –como señala Morales (2012)- comienzan a nacer medios deportivos en España como *Mundo Deportivo*. De forma paralela, en el mismo país surgieron *La Semana Madrileña*, *El Sport Español*, *Crónica de Sport* y *La Revista Ilustrada de Sports*.

Con la aparición de esta modalidad periodística, se habla de una especialización en los medios de comunicación, ya que se empieza a analizar muchos temas relacionados al deporte y que hay que explicarlos. Los lectores quieren informarse y saber con más detalle. Como se sabe, en lo que respecta al periodismo contemporáneo, este se presenta en un contexto especial. El destinatario estaba en la búsqueda de una crónica, un comentario, una entrevista o un artículo, la aproximación más fidedigna a lo sucedido o que podría acontecer (Mallete 1998, p. 41).

Por otra parte, se conoce que, en los diarios deportivos a nivel mundial, es escaso o nulo el espacio que se les da a otros deportes como el básquet, vóley, karate, taekwondo, tenis box, atletismo, natación, ajedrez, entre otras disciplinas deportivas (Mallma, 2006).

### **2.5.1. Discurso deportivo**

Junto al económico, es muy especializado y generalmente ocupan las secciones habituales de cualquier medio de comunicación. Incluso se podría decir que se trata del más especializado dentro de los que cuentan con una difusión amplia (Paniagua, 2003).

Por ello, recurren a una manera distinta de presentar los textos periodísticos: los eventos deportivos están dotados de gran importancia o

trascendencia. No solo se frecuenta agrandar los titulares, ahora también se recurre a otros recursos literarios cuya finalidad es tergiversar la información. Uno de los más utilizados es la exageración de los hechos, la difusión de informaciones atentatorias contra el honor u honra de las personas sin mayor control ético.

Su aplicación tiene una finalidad: obtener una primicia, además es frecuente observar el descuido sobre lo que se difunde y, por ende, de crítica cuando se trata de situaciones injustas e incluso, lo que es más grave, la mentira oculta tras frases sacramentales como *se ha dicho, se comenta, se rumorea insistentemente* (Vivanco 1992, p. 153).

Como argumenta Marrero (2011), en el periodismo deportivo se permiten algunas alteraciones que, por particularidades del tema, son necesarias. En algunos casos se recurre al rumor -fuente de información infinita con dos caras- acerca de su difusión y de las consecuencias sociales que puede provocar. A su vez se utiliza el indicio de información, el cual puede llamársele fuente indicativa provisional, es decir, señalador de una probabilidad noticiable sujeta a comprobación en otras fuentes.

El rumor es un sustituto de la información veraz si la demanda informativa se desborda y las fuentes oficiales no satisfacen las expectativas de los lectores (Ritter, 2000). Como asevera Centeno (2006), la información no corroborada también excita al periodista a adelantarse para tomar partido de la primicia que generalmente es de alto impacto.

A diferencia del periodismo deportivo donde las noticias tienden a ser sencillas, en la redacción deportiva estas son más creativas e inusuales. Las noticias buscan responder las preguntas básicas: quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo, mientras que en las noticias deportivas se concentran en el porqué y el cómo (Reinardy & Wanta 2009).

La magnificación de la información ha motivado a los redactores deportivos a elaborar múltiples variaciones para redactar una noticia. Por ejemplo, cuando un equipo le gana a otro, muchos periodistas refieren este hecho utilizando calificativos como superado, aplastado, barrido, humillado, acabado, aniquilado, y similares. "(...) Los verbos que denotan gran acción son apropiados, pero es bueno evitar aquellos demasiados exóticos, pues, aun en el momento de mayor emoción, pueden sonar fuera de tono" (Hitchcock 1993, p.34)

Es en este contexto, es predecible que las crónicas, comentarios y reseñas se han convertido en un recurso muy utilizado para la elaboración de las notas informativas de los diarios deportivos. Pero la problemática radica -según Alcoba (2005)- en los comentarios y crónicas de eventos deportivos, tales como un partido de fútbol de no más de veinte líneas a dos columnas. Para ello, el texto se desglosa en varias partes o apartados estadísticos presentados por separado para diferenciar los unos de otros, incluso en recuadros y con colores distintos.

Esta tratativa es una nueva manera de informar, más elemental y primaria, pues evita los razonamientos y -provocado por las modernas tendencias del diseño en prensa deportiva- buscan una menor concentración de texto para

proyectar un mayor atractivo a las páginas. Por lo mencionado, es fácil coincidir con Hernández (2012) que señala a la crónica como el género deportivo por excelencia por la audacia que los periodistas vuelcan en la redacción, así como el atrevimiento y peculiaridad del lenguaje deportivo.

### **2.5.2. El periodismo deportivo en el Perú**

En la década de 1920, se registran en el Perú los primeros textos periodísticos de actividades deportivas. Mallma (2006) sostiene que los primeros redactores fueron exdeportistas como Mario de las Casas Dulanto (antiguo jugador de básquetbol y fútbol) quien llegó a ser jefe de deportes en *La Prensa*, y Alfredo Narváez (campeón nacional de 800 y 1500 metros planos quien laboraba en *El Comercio*). Ambos relataban sucesos deportivos ocurridos en Lima y el Callao. No obstante, por aquellas épocas, el fútbol aún no era un deporte de masas.

Sin embargo, durante esta misma década, no obstante, el fútbol comenzó a ganar notoriedad. Gracias a ello, se emitió la publicación de la revista *Sport Gráfico*, que en sus páginas aparecían, esporádicamente, los comentarios de Felipe Pinglo, compositor criollo del célebre vals *El Plebeyo* (Mallma, 2006).

En este mismo contexto, se crean las primeras empresas de transmisiones radiales de acontecimientos deportivos. El más importante se produciría en 1936 con la transmisión del encuentro futbolístico, desde Berlín, entre las selecciones de Perú y Australia por los juegos olímpicos. El encargado de esta transmisión fue Juan Sedó que creó el espacio *La voz del Deporte* en Radio Mundial. En 1945 comenzó a publicarse la revista *Sport*, que contenía

información polideportiva. Luego aparecería *Golazo*, medio donde escribió el recordado Alfonso 'Pocho' Rospigliosi (Mallma, 2006)

Para el año 1953, nace *La Tercera*, publicación sub diaria de *La Crónica*, liderada por Alfonso 'Pocho' Rospigliosi, quien en 1973 funda la revista *Ovación* y en 1980 conduce el programa televisivo *Gigante Deportivo*. El 28 de agosto de 1989 aparece *Ídolo*, el segundo diario especializado en deportes, luego de *La Tercera* (Mallma, 2009).

El 'boom' de los diarios deportivos en el Perú surgiría en 1993, con la aparición de *El Bocón* y *Todo Sport*. Dos años más tarde (1995), nace *Líbero*; estos tres medios subsisten hasta hoy, pero también aparecieron otros diarios deportivos que tuvieron un corto periodo de existencia, como: *El Bacán* (1995), *Potrillo* (1996), *Garra Crema* (1996), *La Fiera* (1997) y *Corner* (1997) que tuvieron poco tiempo en el espacio periodístico. También circularon las revistas *Once* (1997), *Don Balón Perú* (1997) y *El Gráfico Perú* (1998), de estos solo este último continúa en circulación. El último diario deportivo con pocos años de fundación es *Depor*, perteneciente al Grupo El Comercio que hizo su aparición el 19 de abril del 2009.

Por otro lado, a mediados de 1990, cuando aparecen muchos programas deportivos que se emitían, principalmente, los fines de semana. El punto máximo en la difusión televisiva de contenidos deportivos en el Perú se daría con la aparición de *Cable Mágico Deportes* (CMD) en 1997, que pertenece a *Movistar TV*.

### CAPÍTULO III: ANÁLISIS Y RESULTADOS ESTADÍSTICOS

En este capítulo se presenta una serie de tablas y gráficos con los resultados obtenidos mediante la aplicación de modelos estadísticos descriptivos e inferenciales para su respectivo análisis e interpretación, el cual, incluye, la contrastación de la hipótesis, de acuerdo con los objetivos de estudios.

Recolectada la información de los marcadores del discurso empleados en los textos periodísticos nacionales de los diarios *Depor* (10 ejemplares) y *Líbero* (10 ejemplares), a través del instrumento de estudio (hoja de codificación), se procedió a la elaboración de una matriz de datos con el fin de efectuar el análisis estadístico para la obtención de los resultados descriptivos que corresponden a cada tipo de marcador del discurso estudiado y sus funciones, de acuerdo a lo propuesto en el siguiente cuadro que respeta la clasificación de variable, tipo y funciones.

<b>Variable</b>	<b>Tipos</b>	<b>Funciones</b>
<b>Marcadores del discurso</b>	Estructuradores de la Información	Comentadores
		Ordenadores
		Digresores
	Conectores	Aditivos
		Consecutivos
		Causal
		Contra argumentativos
	Reformuladores	Explicativos
		Rectificativos
		De distanciamiento
		Recapitulativos
	Operadores Argumentativos	De refuerzo argumentativo
		De concreción
	Marcadores Conversacionales	De modalidad epistémica
		De modalidad deóntica



		Enfocadores de la alteridad
		Meta discursivos conversacionales

Fuente: Adaptado de Martín Zorraquino & Portolés, 1999, pp. 4081-4082

### 3.1. Diario Depor: Resultados de los tipos de marcadores del discurso

Son cinco los tipos de marcadores del discurso operacionalizados que presentó esta variable: *estructuradores de la información, conectores, reformuladores, operadores argumentativos y marcadores conversacionales*. Los resultados de cada uno de estos tipos de marcadores del discurso se presentan a continuación.

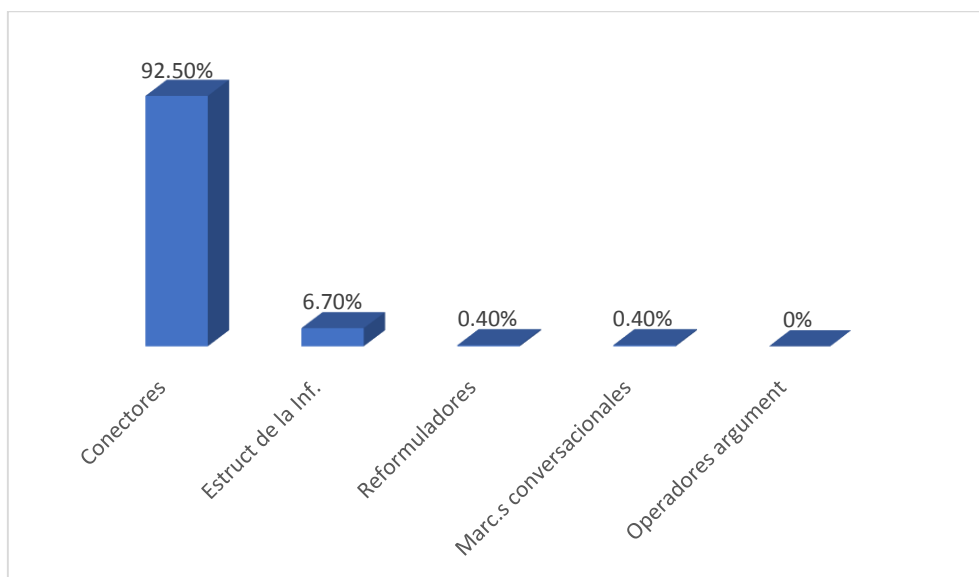
Con relación a los tipos de marcadores del discurso, se observó que el mayor porcentaje corresponde a los *conectores* (92.5%), y en una minoritaria proporción los *estructuradores de la información* (6.7%), seguido de los *reformuladores* (0.4%) y *marcadores conversacionales* (0.4%).

Tabla 4. Depor: Uso de marcadores según sus tipos (16/5/14 al 25/5/14) (en %)

<b>Tipos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Estructuradores de la información	16	6.7%
Conectores	223	92.5%
Reformuladores	1	0.4%
Operadores argumentativos	0	0%
Marcadores conversacionales	1	0.4%
<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Gráfico 1. Depor: Uso de marcadores según sus tipos (16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

### 3.1.1. Estructuradores de la información

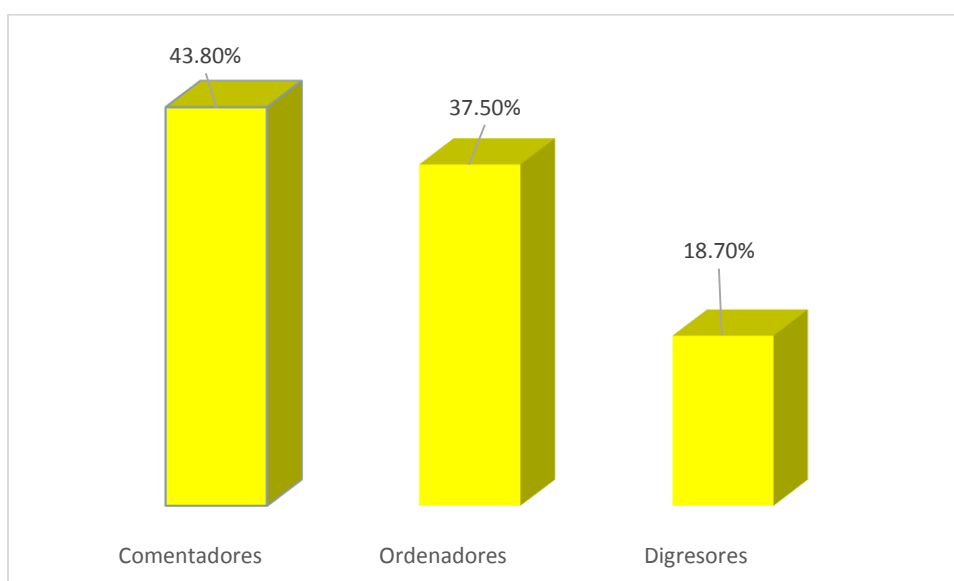
Con relación a las funciones de los marcadores del discurso del tipo *estructuradores de la información*, conformados por *comentadores*, *ordenadores* y *digresores*, se aprecia en la Tabla 5. que un 43.8% son Comentadores, seguido de Ordenadores (37.5%) y solo un 18% está representado por *digresores*.

Tabla 5. Depor: uso de los marcadores Estructuradores de la Información según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Función	Frecuencia	Porcentaje
Comentadores	7	43.8%
Ordenadores	6	37.5%
Digresores	3	18.7%
Total	16	100%

Elaboración: propia

Gráfico 2. Depor: uso de los marcadores Estructuradores de la información (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

- a) Comentadores:** se aprecia -de acuerdo a la información recolectada- que se registró siete (7) veces un mismo marcador (**Pues**), el cual no tendría la característica de innovador.

b) **Ordenadores:** en este caso se observa que el mayor porcentaje corresponde a **Primero** (50 %), seguido de **De otro lado** con 16%, **Por último** (16%) y **Por otro lado** (16%). Cabe resaltar que estos marcadores no son del tipo innovador.

Tabla 6. Depor: uso de marcadores Ordenadores (16/5/14 al 25/5/14) (%)

Ordenadores	Frecuencia	Porcentaje
Primero	3	50%
De otro lado	1	16.6%
Por último	1	16.6%
Por otro lado	1	16.6%
Total	6	100%

Elaboración: propia

c) **Digresores:** se aprecia que los tres marcadores encontrados, presentaron el mismo porcentaje y frecuencia: **Sino** (33.3 %), **Sino También** (33.3%) y **Sino que también** (33.3%). Estos dos últimos son marcadores innovadores.

Tabla 4. Depor: uso de marcadores Digresores (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)

Digresores		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Sino		1	33.3%
	Sino también	1	33.3%
	Sino que también	1	33.3%
Total		3	100%

Elaboración: propia

### 3.1.2 Conectores

Las funciones de los marcadores del discurso de este tipo son *aditivos*, *consecutivos*, *causales* y *contraargumentativos*. Los resultados de cada uno de estas funciones de los marcadores del discurso se presentarán en la Tabla 8.

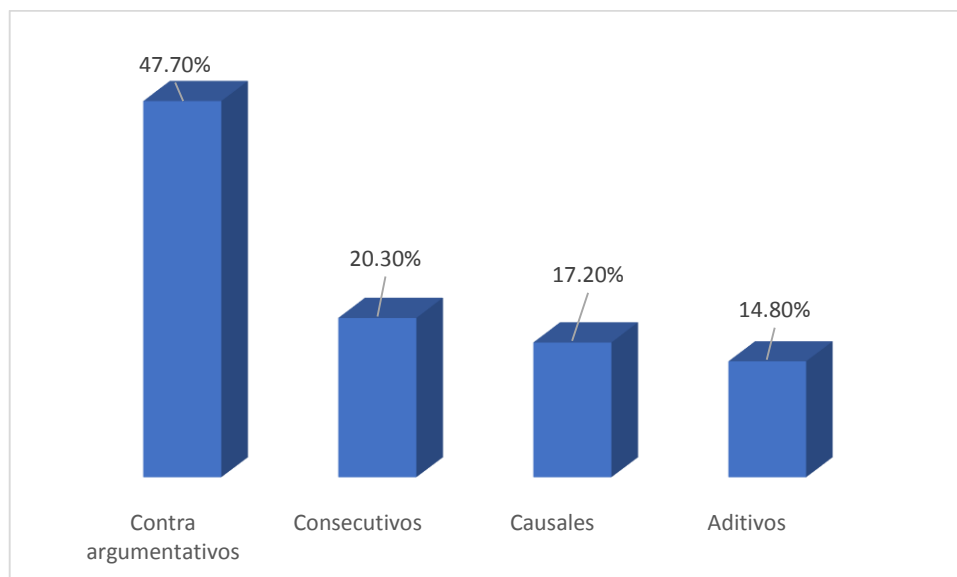
Con relación a las funciones de los marcadores del discurso del tipo Conectores, se aprecia que el mayor porcentaje corresponde a contra argumentativos (47.7%), seguido consecutivos (20.3%), causales (17.2%) y aditivos (14.8%).

Tabla 8. Depor: uso de los marcadores Conectores según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Función	Frecuencia	Porcentaje
Aditivos	34	14.8%
Consecutivos	49	20.3%
Causales	40	17.2%
Contra argumentativos	100	47.7%
Total	223	100%

Elaboración: propia

Gráfico 3. Depor: uso de los marcadores Conectores según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

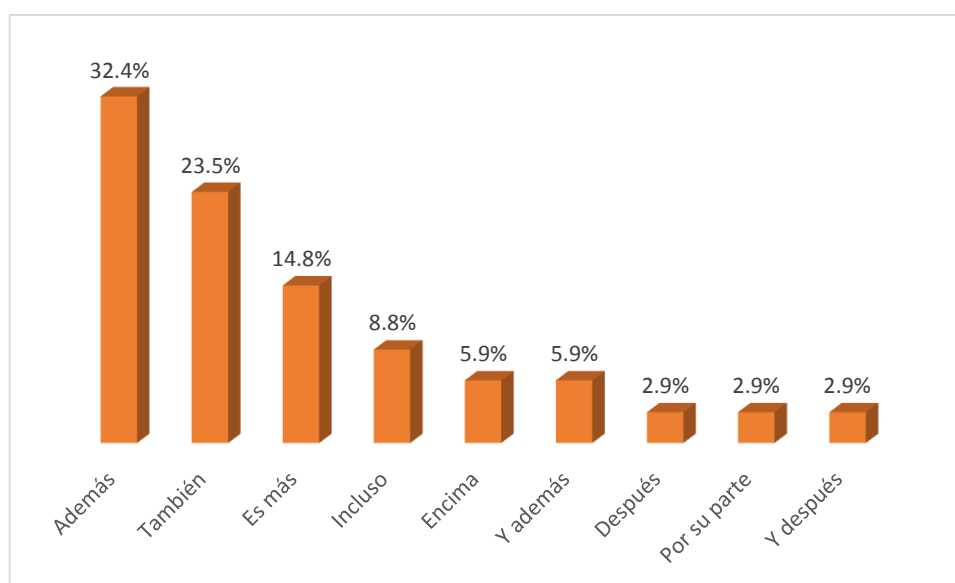
- a) **Aditivos:** con relación a los marcadores del discurso de la función Aditivo, se aprecia que el marcador común **Además** ostenta la mayor participación con un 32.4%, seguido del marcador **También** (23.5%), **Incluso** (8.8%), **Encima** (5.9%), **Después** (2.9%) y **Por su parte** (2.9%). Por otro lado, con respecto a los marcadores innovadores, se aprecia que el marcador **Es más** representa un 14.8%, seguido de **Y además** (5.9%) e **Y después** (2.9%).

Tabla 5. Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14)

Aditivos		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Además		11	32.4%
Encima		2	5.9%
También		8	23.5%
	<b>Y además</b>	2	5.9%
Incluso		3	8.8%
Después		1	2.9%
Por su parte		1	2.9%
	<b>Es más</b>	5	14.8%
	<b>Y después</b>	1	2.9%
Total		34	100%

Elaboración: propia

Gráfico 4. Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

b) **Consecutivos:** de acuerdo a la tabla 10, el marcador **Así** presenta el mayor porcentaje (35.6%), seguido de **Luego** (17.7%), **Mientras** (15.6%), **Y eso** (11.1%), **Y así** (8.9%), **Y luego** (6.7%), **De lo contrario** y (2.2%), **En tanto** (2.2%). Se desprende del análisis de esta función, la existencia de tres marcadores innovadores.

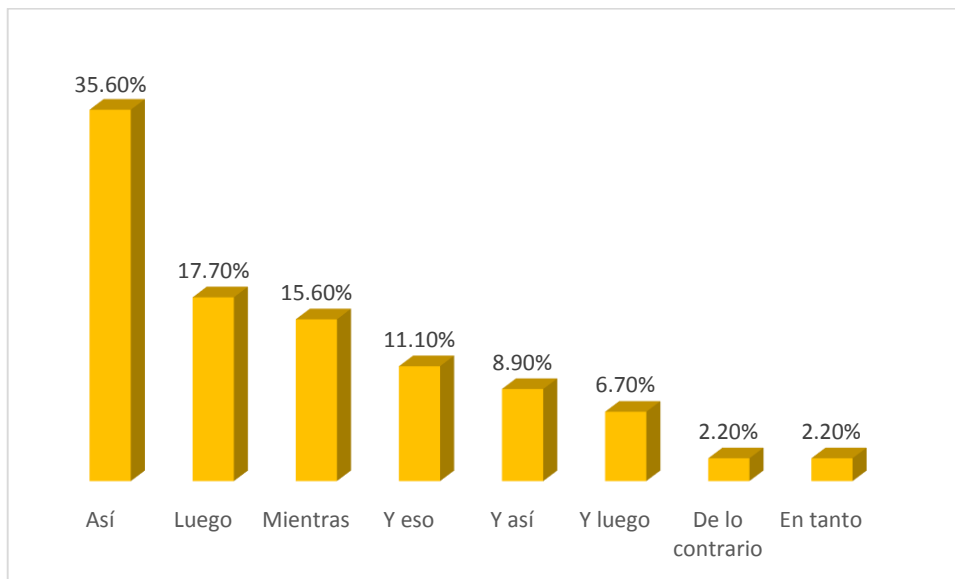
Tabla 10. Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)

Consecutivos		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Así		20	35.6%

	Y luego	3	6.7%
Mientras		7	15.6%
	Y eso	5	11.1%
Luego		8	17.7%
	Y así	4	8.9%
De lo contrario		1	2.2%
En tanto		1	2.2%
Total		49	100%

Elaboración: propia

Gráfico 5. Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

- c) **Causales:** de los resultados estadísticos se aprecia que el marcador **Por eso** presenta el mayor porcentaje (50%), seguido por **Y es que** (22.5%), **Porque** (12.5%), **Es que** (7.5%), **Por ello** (2.5%), **Es por eso** (2.5%) y finalmente **Si es que** (2.5%). De este resultado, también se identifica el uso de cuatro marcadores innovadores.

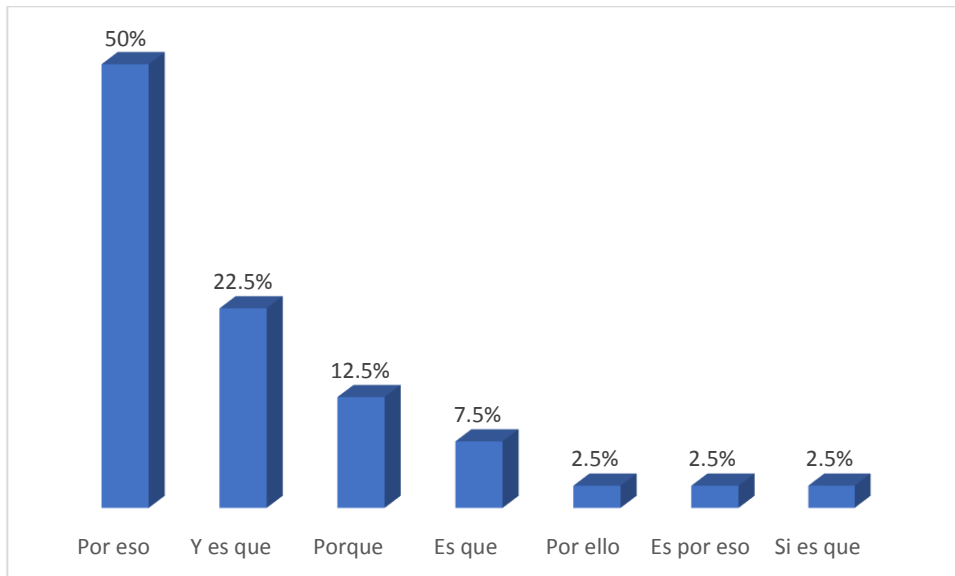
Tabla 11. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)

Causales		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Porque		5	12.5%
	Y es que	9	22.5%
Por eso		20	50%
	Es que	3	7.5%
Por ello		1	2.5%
	Es por eso	1	2.5%
	Si es que	1	2.5%

Total	40	100%
-------	----	------

Elaboración: propia

Gráfico 6. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

- d) **Contraargumentativo:** Se aprecia que el marcador **Pero** presenta el mayor porcentaje (53%), seguido de **Eso sí** (9%), **Aunque** (9%), **Sin embargo** (8%), **Y aunque** (5%), **Aún** (4%), **Si bien** (4%), **Ahora** (3%), **Y ahora** (2%), **Y si bien** (1%), **Es así que** (1%) y **En cambio** (1%). De este resultado también se identifica el uso de seis marcadores innovadores.

Tabla 12. Depor: Uso de marcadores contra argumentativos (del 16/5/14 al 25/5/14) (%)

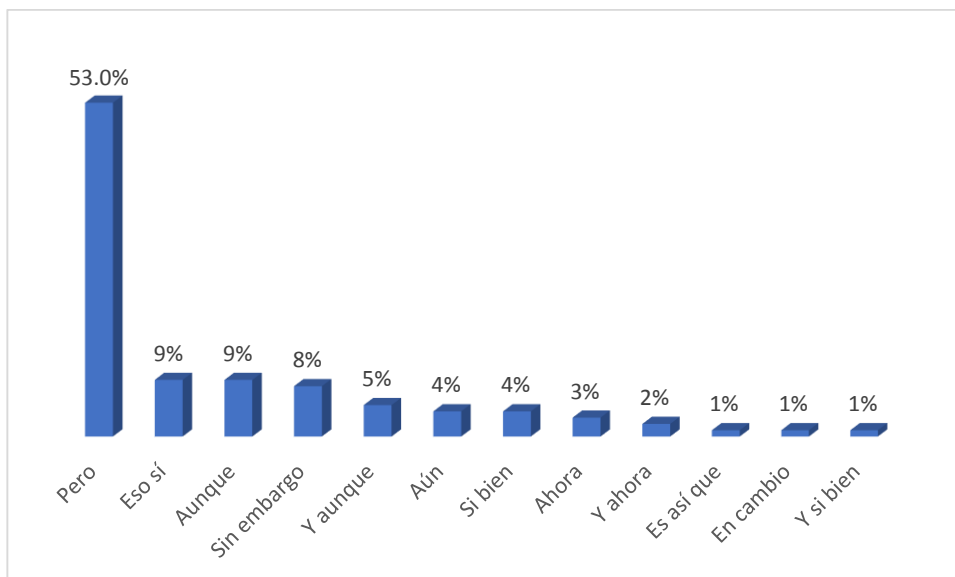
Contra argumentativos		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Pero		53	53%
	Eso sí	9	9%
Aunque		9	9%
Aún		4	4%
Ahora		3	3%
Sin embargo		8	8%
	Y ahora	2	2%
	Y aunque	5	5%
	Si bien	4	4%
	Es así que	1	1%



En cambio		1	1%
	Y si bien	1	1%
Total		100	100%

Elaboración: propia

Gráfico 7. Depor: Uso de marcadores contra argumentativos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

### 3.1.3 Reformuladores

Con relación a las funciones de los marcadores del discurso del tipo *reformuladores*, se aprecia que solo presenta uno, de tipo explicativo: ***Igual***.

### 3.1.4 Operadores argumentativos

No se identificó ningún tipo de marcador.

### 3.1.5 Marcadores Conversacionales

Con relación a las funciones de los marcadores del discurso del tipo *Marcadores conversacionales*, se aprecia que solo presenta uno: ***Por lo que***, de modalidad epistémica.

### 3.2. Diario Líbero: Resultados de los tipos de marcadores del discurso

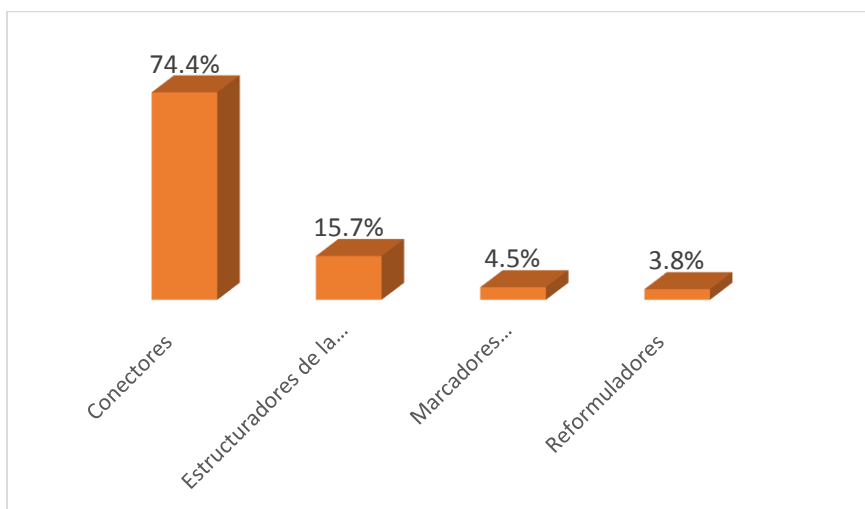
Con relación a los tipos de marcadores del discurso, se observó que el mayor porcentaje corresponde al tipo *conectores* (74.4%); seguido de *estructuradores de la información* con un 15.7%; mientras que, en menor proporción, se encuentra los tipos de marcadores del discurso, *marcadores conversacionales* y *reformuladores* con 4.5% y 3.8% respectivamente.

Tabla13. Líbero: Uso de marcadores según sus tipos (16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Tipos	Frecuencia	Porcentaje
Estructuradores de la Información	28	15.7%
Conectores	138	74.4%
Reformuladores	6	3.8%
Operadores argumentativos	0	0
Marcadores conversacionales	8	4.5%
Total	179	100%

Elaboración: propia

Gráfico 8. Uso de marcadores según sus tipos (16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

#### 3.2.1. Estructuradores de la información

Al analizar la función de los marcadores del discurso del tipo *Estructuradores de la información*, se aprecia que el mayor porcentaje

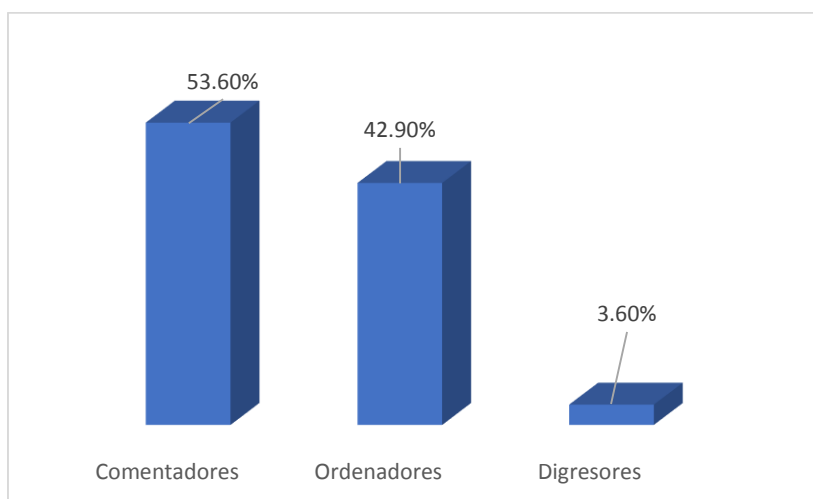
corresponde a *Comentadores* (53.6%), el 42.9% presenta *Ordenadores*, y únicamente un 3.6% a *Digresores*.

Tabla 14. Líbero: uso de los marcadores Estructuradores de la Información según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Función	Frecuencia	Porcentaje
Comentadores	14	53.6%
Ordenadores	12	42.9%
Digresores	2	3.6%
Total	28	100%

Elaboración: propia

Gráfico 9. Líbero: uso de los marcadores Estructuradores de la Información según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

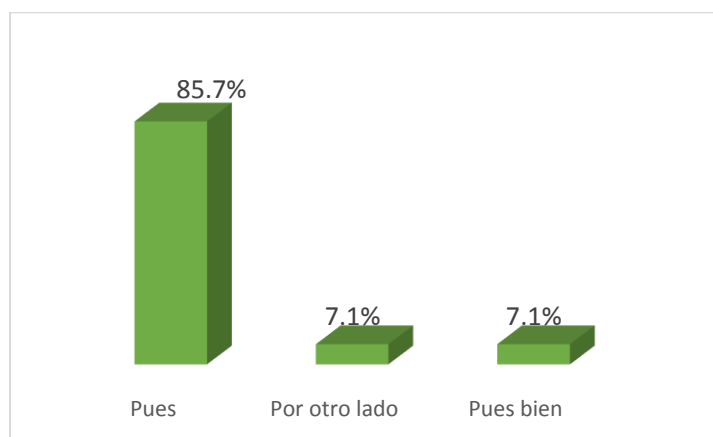
**a) Comentadores:** con relación a esta función de los marcadores del discurso, se aprecia que el marcador **Pues** presenta el mayor porcentaje (85.7%), seguido del marcador **Por otro lado** (7.1%) y **Pues bien** (7.1%), siendo este último marcador, considerado como innovador.

Tabla15. Líbero: Uso de marcadores comentadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Comentadores		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Pues		12	85.7%
Por otro lado		1	7.1%
	Pues bien	1	7.1%
Total		14	100%

Elaboración: propia

Gráfico 10. Líbero: Uso de marcadores comentadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %).



Elaboración: propia

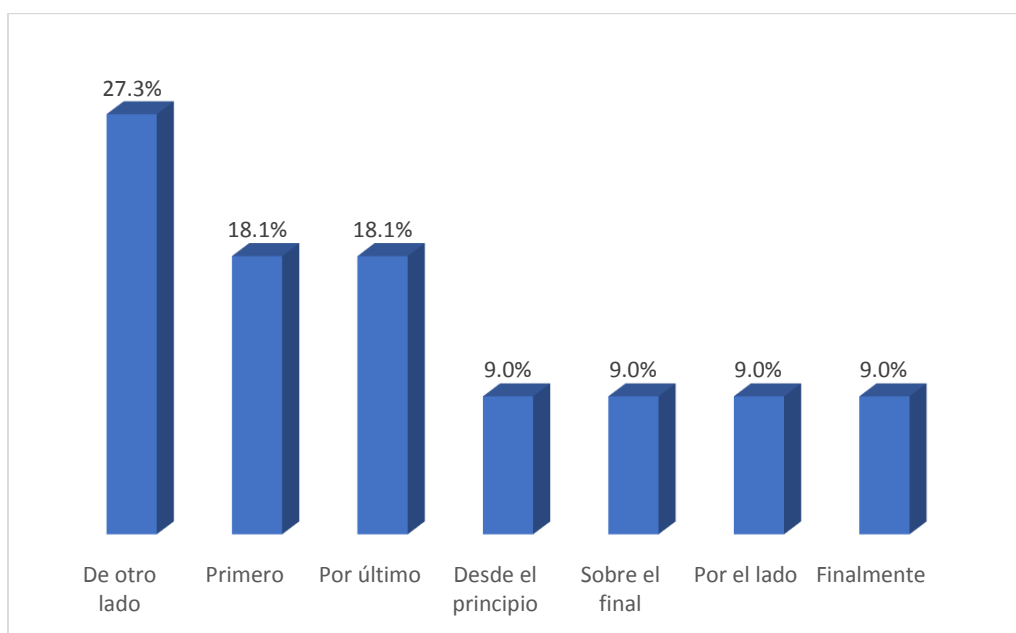
b) **Ordenadores:** se aprecia que el marcador **De otro lado** representa la mayor participación (27.3%), seguido del marcador **Primero** (18.1%), **Por último** (18.1%), **Desde el principio** (9%), **Sobre el final** (9%), **Por el lado** (9%) y **Finalmente** (9%). En este tipo de marcador solo se identificaron dos innovadores: **Desde el principio** y **Sobre el final**

Tabla16. Líbero: Uso de marcadores ordenadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Ordenadores		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Primero		2	18.1%
Por último		2	18.1%
De otro lado		3	27.3%
	Desde el principio	1	9%
	Sobre el final	1	9%
Por el lado		1	9%
Finalmente		1	9%
Total		11	100%

Elaboración: propia

Gráfico 11. Líbero: Uso de marcadores ordenadores del 16/5/14 al 25/5/14) (en %).



Elaboración: propia

c) **Digresores:** se ha identificado solo un marcador innovador: **Sino también**; y un marcado del discurso común: **Por lo que**.

### 3.2.2. Conectores

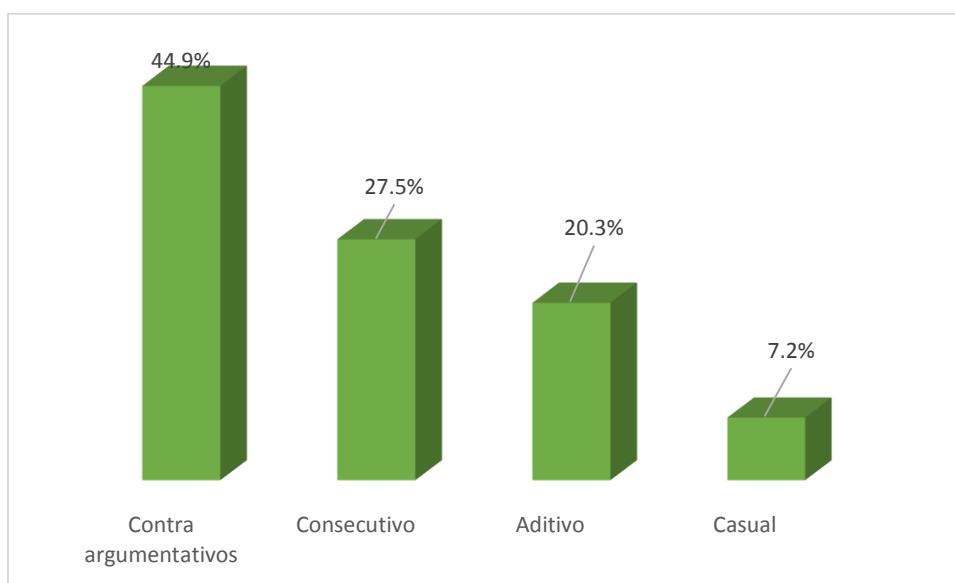
Con relación a la función de los marcadores del discurso del tipo *conectores*, se aprecia que el mayor porcentaje corresponde a *contraargumentativos* con un 44.9%, seguido de *consecutivos* con un 27.5%, mientras que los *aditivos* representan un 20.3% y, con un 7.2% los *causales*.

Tabla 17. Líbero: uso de los marcadores del tipo Conectores, según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Función	Frecuencia	Porcentaje
Aditivo	28	20.3%
Consecutivo	39	27.5%
Casual	10	7.2%
Contra argumentativos	61	44.9%
Total	138	100%

Elaboración: propia

Gráfico 12. Líbero: uso de los marcadores del tipo Conectores, según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

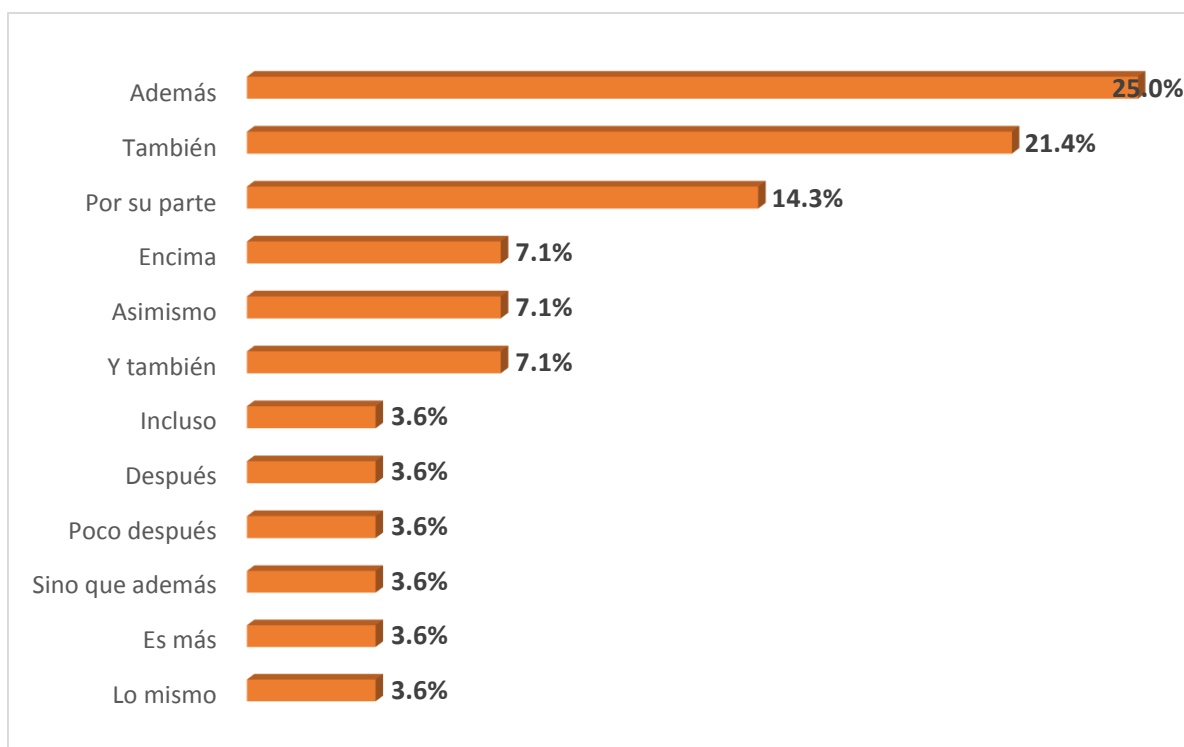
**a) Aditivos:** con respecto a los marcadores del tipo *aditivos*, se observa los siguientes marcadores comunes: **Además** representando la cuarta parte del total (25%); seguido, aunque en menor proporción por **También** (21.4%), **Por su parte** (14.3%), **Asimismo** (7.1%), **Poco después** (3.6%), **Después** (3.6%) e **Incluso** (3.6%). En lo que respecta a marcadores innovadores -aunque en una posición minoritaria- se tiene a **Y también** (7.1%), **Lo mismo** (3.6%), **Es más** (3.6%), **Sino que además** (3.6%) y **Encima** (7.1%).

Tabla 18. Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Aditivos		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
	Y también	2	7.1%
Además		7	25%
También		6	21.4%
	Lo mismo	1	3.6%
	Es más	1	3.6%
Asimismo		2	7.1%
Por su parte		4	14.3%
	Sino que además	1	3.6%
Poco después		1	3.6%
	Encima	2	7.1%
Después		1	3.6%
Incluso		1	3.6%
Total		28	100%

Elaboración: propia

Gráfico 13. . Depor: Uso de marcadores aditivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

**b) Consecutivos:** con relación a los marcadores del discurso de esta función se aprecia que el marcador **Luego** presenta la mayor participación con un 34.4%, seguido de **Mientras** (18.4%), **En tanto** (10.5%), **Así** (10.5%), **Por eso** (7.9%). Por otra parte, con respecto a los

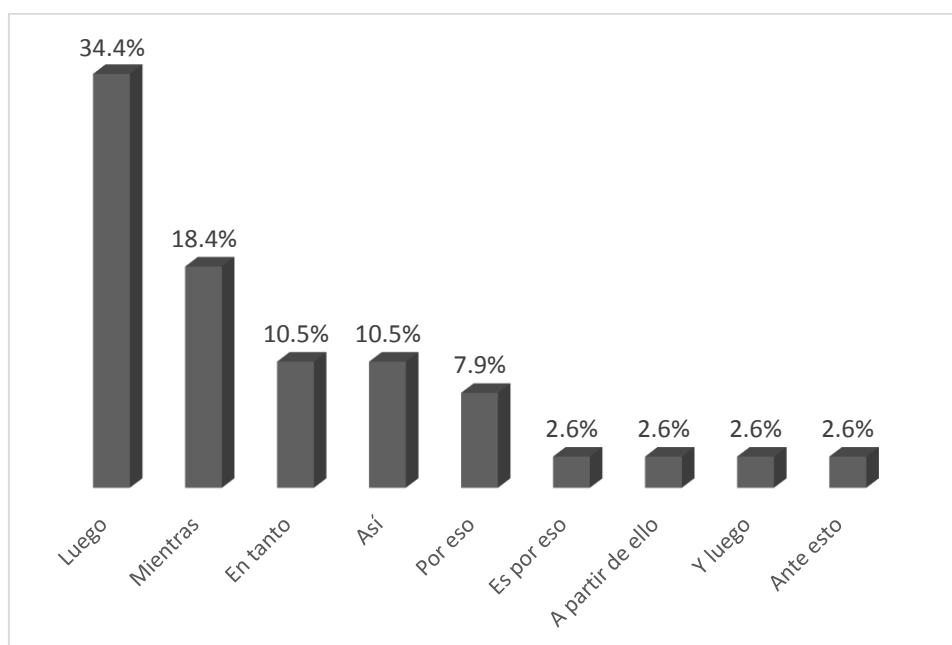
marcadores innovadores, se identifican cuatro, aunque en una menor proporción: **Es por eso** (2.6%), **A partir de ello** (2.6%), **Y luego** (2.6%) y **Ante esto** (2.6%).

Tabla19. Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Consecutivos		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Luego		15	34.4%
Mientras		7	18.4%
Por eso		3	7.9%
	Es por eso	1	2.6%
En tanto		4	10.5%
	A partir de ello	1	2.6%
Así		4	10.5%
	Y luego	1	2.6%
	Ante esto	1	2.6%
Total		39	100%

Elaboración: propia

Gráfico 14. . Depor: Uso de marcadores consecutivos (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

**c) Causales:** con relación a los marcadores Causales, se aprecia que, de los marcadores comunes, **Por ello** presenta la mayor participación en este diario con un 40%, seguido del marcador **Porque** con un 20%. Con



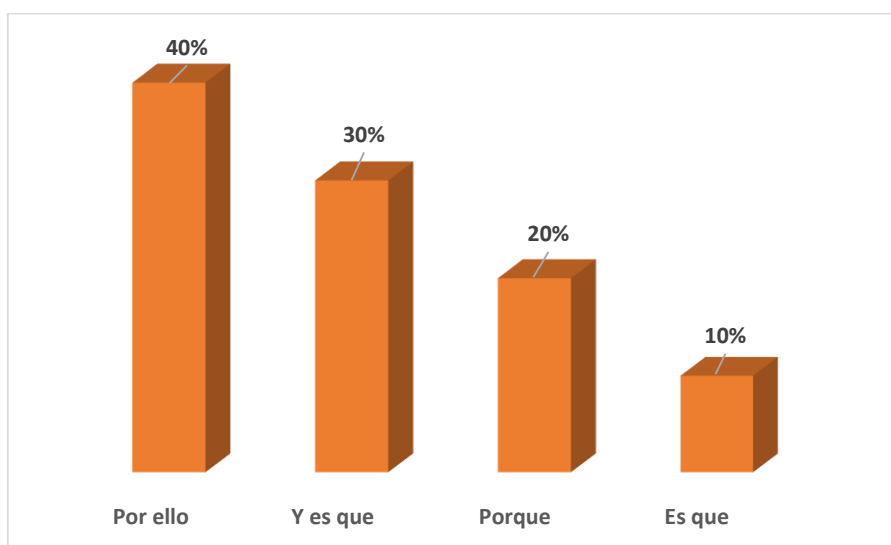
respecto a los innovadores, se aprecia que el marcador **Y es que** representa el 30% y **Es que** con un 10%.

Tabla 20. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Causales		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Porque		2	20%
	Es que	1	10%
	Y es que	3	30%
Por ello		4	40%
Total		10	100%

Elaboración: propia

Gráfico 15. . Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

**d) Contraargumentativos:** con relación a este tipo de marcadores, se identifica que **Pero** cuenta con más de la mitad de participación de marcadores (54.8%), seguido de **Sin embargo** (16.1%), **Aunque** (8.1%) y **A pesar** con un 1.6%. Sobre la función de los marcadores del discurso innovadores -aunque es relativamente minoritario- se presentan los siguientes: **Por ahora** con un (4.8%), y los marcadores **Mientras tanto**, **Por el momento**, **Fue así que**, **En seguida** y **Esta vez** tienen el mismo

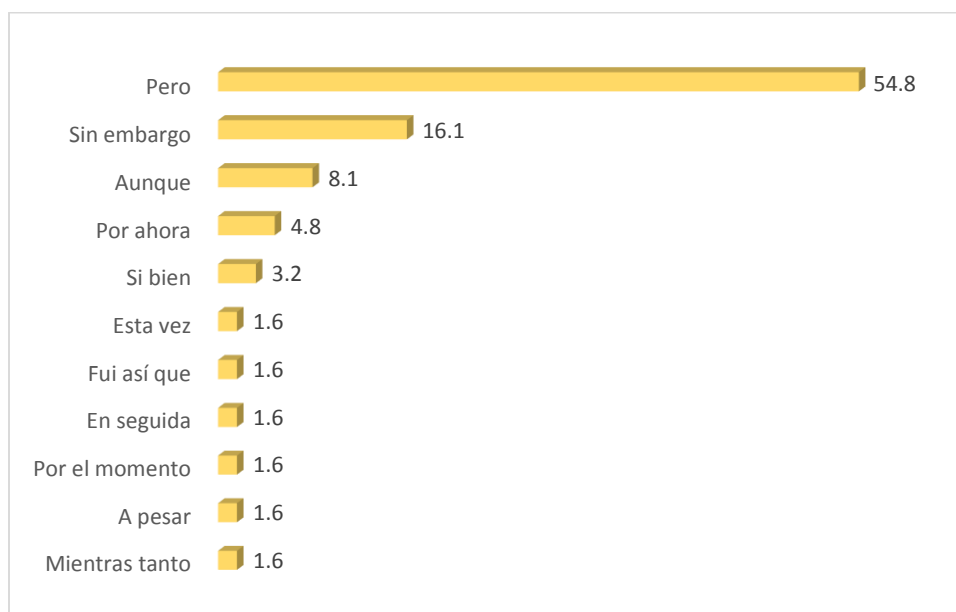
porcentaje (1.6%). El marcador *Si bien* solo representó el 3.3% del total de marcadores causales.

Tabla 21. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Contra argumentativos		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Sin embargo		10	16.3%
Aunque		5	8.2%
	Por ahora	3	4.8%
Pero		34	55.8
	Si bien	2	3.3%
	Mientras tanto	1	1.6%
A pesar		1	1.6%
	Por el momento	1	1.6%
	En seguida	1	1.6%
	Fui así que	1	1.6%
	Esta vez	1	1.6%
Total		61	100%

Elaboración: propia

Gráfico 16. . Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

### 3.2.3. Reformuladores

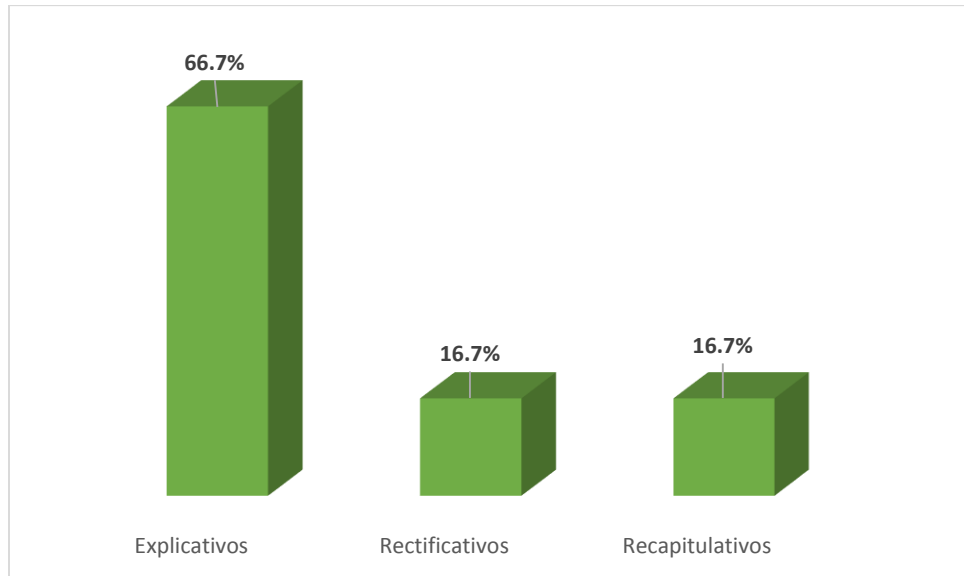
En este tipo de marcadores discursivos, si bien se han identificado una cantidad menor de marcadores, se observa que un 66.7% corresponde a *explicativos*, mientras que un 16.7% corresponde al tipo *rectificativos*, seguido de *recapitulativos* (16.7%).

Tabla 22. Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Función	Frecuencia	Porcentaje
Explicativos	4	66.7%
Rectificativos	1	16.7%
Recapitulativos	1	16.7%
Total	6	100%

Elaboración: propia

Gráfico 17. . Depor: Uso de marcadores causales (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)



Elaboración: propia

- a) **Explicativos:** con relación a este tipo de marcador, solo se han identificado dos tipos de marcadores innovadores: ***Y al mismo estilo*** y ***Tal como***.
- b) **Rectificativos:** con relación a los marcadores del discurso de la función *rectificativa*, se aprecia solo un marcador: ***Y al mismo estilo***.
- c) **De distanciamiento:** no se empleó ningún marcador de distanciamiento.
- d) **Recapitulativos:** solo se identificó un marcador común: ***En conclusión***.

#### 3.2.4. Operadores argumentativos

No se empleó ningún operador argumentativo.

### 3.2.5. Marcadores conversacionales

Con respecto a la función de los marcadores del discurso de este tipo, se observó que los de *modalidad epistémica* representa el 88%, seguido de los *enfocadores de la alteridad y meta discursivos conversacionales* cuyos porcentajes son de la misma equivalencia (10%).

Tabla 23. Depor: Tipos de marcadores conversacionales según sus funciones (del 16/5/14 al 25/5/14) (en %)

Función	Frecuencia	Porcentaje
De modalidad epistémico	8	80%
Enfocadores de la alteridad	1	10%
Meta discursivos conversacionales	1	10%
Total	10	100%

Elaboración: propia

- a) **Marcadores de modalidad epistémica:** con relación a los marcadores del tipo *modalidad epistémica*, se aprecia que el marcador **Por lo que** presenta el mayor porcentaje (62%), seguido de **Por lo más** (12.5%), al igual que **Sin duda** (12.5%) y **Claro** (12.5%). Es importante anotar que estos tres últimos son marcadores discursivos innovadores.

Tabla24. Uso de marcadores discursivos modalidad epistémica

De modalidad epistémica		Frecuencia	Porcentaje
Común	Innovación		
Por lo que		5	62%
	Por lo más	1	12.5%
	Sin duda	1	12.5%
	Claro	1	12.5%
Total		8	100%

Elaboración: propia

- b) **De modalidad deóntica:** No se encontró ningún marcador del discurso.
- c) **Enfocadores de la alteridad:** No se encontró ningún marcador del discurso.

**d) Meta discursivos conversacionales.** No se empleó ningún marcador del discurso.

### **3.3 Resumen comparativo de marcadores discursivos de ambos diarios deportivos**

En esta sección se realizó un resumen comparativo de los hallazgos identificados en ambos diarios deportivos. En total, se observó que la cantidad de marcadores del discurso es superior en *Depor* que en *Líbero* (241 frente a 171 marcadores respectivamente). Ahora, con respecto a su uso en función a los tipos de marcadores del discurso, se aprecia que el tipo de *conector*, es el que más está presente en las notas informativas, siendo el diario *Depor* el que más los emplea (223 marcadores frente a 139 del diario *Líbero*).

En una segunda ubicación, se encuentra el tipo *estructurador de la información*. No obstante, en este componente, es el diario *Líbero* el que concentra una relativa cantidad de marcadores frente al diario *Depor* (27 marcadores frente a 16 respectivamente).

En una tercera ubicación de importancia, se encuentra los del tipo *marcadores conversacionales*. En total se hallaron 11, de los cuales 10 pertenecen al diario *Líbero* y uno al diario *Depor*. Por último, en una cuarta ubicación se hallan los marcadores pertenecientes al tipo *reformuladores*. Solo se encontraron siete de este tipo, de los cuales seis provienen del diario *Líbero* y uno del diario *Depor*.

Por su parte, los marcadores del tipo *contraargumentativo* son los que más se concentran en número para ambos diarios (100 marcadores para el diario *Depor* y 61 para el diario *Líbero*). El segundo grupo de marcadores de preferencia entre los redactores son los *consecutivos*, seguidos los del tipo *causal* y *aditivos*. Básicamente, todas las funciones de los marcadores del discurso concentran más del 60% del total de marcadores usados, mientras que

el diario *Depor* concentra un 92.5%, frente a un 74.4% que registró el diario *Líbero*.

Tabla 25. Cuadro comparativo de los tipos de marcadores del discurso en los diarios *Depor* y *Líbero*

<b>Tipos</b>	<b>Funciones</b>	<b>Depor</b>	<b>Total</b>	<b>Líbero</b>	<b>Total</b>
Estructuradores de la Información	Comentadores	7	16	14	27
	Ordenadores	6		12	
	Digresores	3		2	
Conectores	Aditivos	34	223	18	138
	Consecutivos	49		38	
	Causal	40		10	
	Contra argumentativos	100		61	
Reformuladores	Explicativos	1	1	4	6
	Rectificativos	0		1	
	De distanciamiento	0		0	
	Recapitulativos	0		1	
Operadores Argumentativos	De refuerzo argumentativo	0	0	0	0
	De concreción	0		0	
Marcadores Conversacionales	De modalidad epistémico	1	1	8	10
	De modalidad deóntica	0		0	
	Enfocadores de la alteridad	0		1	
	Meta discursivos conversacionales	0		1	
Total			241		171

Elaboración: propia

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS LINGÜÍSTICOS

Para determinar las funciones de los marcadores discursivos se han considerado los siguientes diarios: *Depor* y *Libero*. En estos medios se han identificado 78 marcadores, de estos, 38 son innovadoras y 40 son de uso cotidiano o común. A continuación, se mostrarán los hallazgos más importantes.

### 4.1. Concepto

Antes que se identifiquen y se hayan analizado los marcadores innovadores, fue importante, previamente, desarrollar una definición orientadora al respecto. Para Medina & Espinoza (1994), la palabra innovar, etimológicamente, proviene del latín *innovare* que significa cambiar o alterar las cosas estableciendo novedades. Por lo tanto, se puede interpretar como la introducción de un nuevo término o dispositivo que tiende a generar una novedad en un entorno o situación que antes no lo tenía.

Para Ferrer Salat (1978), sería la introducción de modificaciones en la manera de hacer las cosas, es decir, mejorar el resultado final. Por ejemplo, una innovación puede ser desde una acción sobre el precio de un artículo para conquistar un mercado, hasta la mejora de un producto antiguo o el descubrimiento de un nuevo uso para un producto ya existente.

Ahora bien, resueltas las definiciones de apoyo, se podría considerar que este tipo de innovaciones están asociadas al establecimiento de áreas dialectales que son propias de factores demográficos, tales como las redes comunicacionales de núcleos urbanos que motivan a los redactores periodísticos a crear una relación más cercana con la población o público objetivo que consume este tipo de noticias<sup>2</sup>. Por otra parte, tomando como punto de referencia los resultados inferidos en el presente estudio, existen tres condiciones necesarias para identificar a un marcador de tipo innovador:

- i. Cambia el sentido introduciendo uno de varios términos de cualquier categoría gramatical; es decir, provoca una intromisión en la morfosintaxis de un término ya constituido para formar otro que cumpla la misma función, pero con un valor semántico reforzado.
- ii. Tiene como finalidad captar la atención de los lectores y brindar un sentido particular a sus notas informativas.
- iii. Puede estar compuesto, como mínimo, por dos palabras y, como máximo, por tres.

---

<sup>2</sup> Para identificar estas características se ha tenido en cuenta estos aspectos: **Frecuencia:** está relacionada con la cantidad de veces que se ha empleado el marcador del discurso. **Tipo de marcador:** se relaciona con la categoría a la que pertenece el marcador del discurso. **Ubicación dentro del párrafo:** permite detectar si el marcador del discurso, abre la nota informativa o se encuentra al interior el párrafo. **Cantidad de palabras:** está relacionada con la cantidad de palabras que presenta cada marcador analizado. **Párrafo en el que aparece:** se determina la ubicación del marcador del discurso. Si este se encuentra en el primer, segundo o último párrafo. **Tipo de nota en el que aparece:** se han dividido las notas periodísticas en dos: las principales (una por página) y las secundarias. **Habla juvenil:** se clasifica a los marcadores de acuerdo a los postulados de Myre y Martínez (2007). **Macro marcadores y micro marcadores:** se clasifica a los marcadores de acuerdo a los postulados de Alcaraz (2000).



La Tabla 26 contiene los marcadores discursivos innovadores identificados en la redacción de notas informativas de los diarios deportivos *Depor* y *Líbero*. Como se observa, ocho de cada nueve pertenecen a la clase de *conectores*. Asimismo, el *conector causal* **Y es que**, es altamente funcional, pues ocupa el primer lugar en la preferencia de los redactores de los mencionados diarios deportivos; cumple la función de focalizador y dirige el interés de la noticia hacia un punto foco, dando mayor importancia y realce a la causa de una noticia que aún no está confirmada; el objetivo es logra captar la atención de su lector.

Tabla 26. Marcadores discursivos innovadores - MDI

N.º	<i>Depor</i>			<i>Líbero</i>		
1	Conector	Causal	9	Conector	Causal	3
	<b>Y es que</b>			<b>Y es que</b>		
2	Conector	Contra argumentativo	9	Conector	Contra argumentativo	3
	<b>Eso sí</b>			<b>Por ahora</b>		
3	Conector	Aditivo	5	Conector	Contra argumentativo	2
	<b>Sino que además</b>			<b>Si bien</b>		
4	Conector	Consecutivo	5	Reform.	Explicativo	2
	<b>Y eso</b>			<b>Y al mismo estilo</b>		
5	Conector	Contra argumentativo	5	Conector	Contra argumentativo	1
	<b>Y aunque</b>			<b>Fue así que</b>		
Total			33	Total		11

Elaboración: propia

## 4.2. Análisis lingüístico

### 4.2.1. Análisis pragmático

Para conocer cómo los marcadores del discurso actúan en las notas informativas de los diarios *Depor* y *Líbero*, así como el modo en que el contexto influye en el significado y la alteración en la estructura de los marcadores del discurso comunes para convertirlos en innovadores, se ha tenido en cuenta realizar un análisis pragmático. Para Sanja (2011), los marcadores del discurso constituyen un puente entre el significado y la interpretación pragmática de un enunciado, de ahí que se manifiesten en las lenguas ejerciendo dos funciones básicas:

- Poner de manifiesto la relación semántica existente entre los elementos que enlazan o determinan si esta no es suficientemente explícita.
- Activar una serie de instrucciones que indican en qué sentido ha de interpretarse el enunciado, dependiendo dónde se encuentren (el segundo aspecto es el objetivo de análisis pragmático).

Como se ha señalado en las secciones anteriores, los marcadores innovadores tienen como finalidad potenciar cada enunciado que conforma la nota informativa y así lograr una mejor relación entre el redactor con sus lectores. Con el alcance de este tipo de análisis se constatará tal afirmación en las siguientes subsecciones que se emplean en la redacción de las notas informativas de los diarios *Depor* y *Líbero*.

### a. Conector causal

Los conectores causales tienen la particularidad de resaltar la causa en la relación de causa-efecto. Ahora bien, en esta sección se analizó el conector causal innovador **Y es que**.

Según la web de la Fundación del Español Urgente (Fundéu), la principal función de este marcador -un giro muy frecuente en el lenguaje coloquial- es expresar contrariedad, un pretexto o una justificación. No obstante, se observó que los redactores deportivos exponen una conclusión para luego dar una explicación, logrando capturar eficazmente la atención del lector en la primera parte de la nota informativa, párrafo o enunciado.

#### Análisis lingüístico

Y	es	Que	=
Conj.	Verb.	Conj.	SV.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de uso. En el caso 1, al inicio del párrafo se aprecia el gran momento por el que atraviesa el jugador en lo profesional y en lo personal. En el siguiente acto comunicativo, encabezado por el conector causal **Y es que**, se explica las razones de estas dos afirmaciones. Con esta integración –de acuerdo al sentido del texto- se cumple el objetivo de llamar la atención del lector en el primer enunciado del párrafo.

#### Caso 1

Raúl Ruidíaz no solo atraviesa un excelente momento en lo deportivo con Universitario, sino también en lo personal. **Y es que**↑ (**porque**) [+Explicación] este jueves será papá por primera vez y cuenta las horas para tener a su hijo Alessandro en sus brazos (*Líbero 17/6/14 pág. 21*).

Similar situación ocurrió en los casos 2 y 3. Cabe mencionar que este marcador innovador puede ser remplazado por los marcadores comunes **Porque** y **Pues**.

Tal como se observa en los siguientes ejemplos:

**Caso 2**

En una semana 'Canchita' será el rey de los tacos y enchiladas. **Y es que** ↑ **(pues)** [+Explicación] *estaría a punto de concretarse la llegada de Christofer Gonzales al Monarcas Morelia de México, donde lo espera Ángel Comizzo (Depor 17/6/14 p. 28).*

**Caso 3**

El 'Papá' fue la nueva víctima de Ruidíaz, quien le marcó por segunda vez en lo que va del año. Fue luego de un rebote del golero Diego Morales, tras remate de Flores. Pero eso no fue un gol cualquiera: Fue el sexto consecutivo de Raúl en 2014.

**Y es que** ↑ **(porque)** [+explicación] en los últimos seis partidos en que el delantero jugó, anotó. Lo hizo ante el 'Papá' (dos veces), Melgar, San Martín, UTC y Sport Huancayo (Depor 16/6/14 p. 34).

Tal como se aprecia en los casos anteriores, los marcadores discursivos comunes **Pues** y **Porque** cumplen la función explicativa y sustituyen al marcador innovador **Y es que**, ya que pertenecen a la misma clasificación (conector causal), y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

**b. Conector contraargumentativo**

Este marcador del discurso enfatiza la oposición o restricción de una idea mencionada. Para ello se tomó el *conector contraargumentativo* innovador **Eso sí**, el cual permite al redactor que enfrente ideas para así ofrecer distintos ángulos de una noticia.

**Análisis lingüístico**

Eso	sí	=
Prom.	Adv.	SAdv.

A continuación, se presentarán algunos ejemplos de uso.

En los casos 4, 5 y 6, se puede apreciar que el conector contraargumentativo innovador se empleó inmediatamente después de una cita (directa e indirecta) y es el redactor el que refuta algunas de las declaraciones del entrevistado. Cabe mencionar que este marcador innovador puede ser remplazado por los marcadores comunes **Pero** y **No obstante**.

#### **Caso 4**

*Universitario y Cristal al fin volverán a verse a las caras después de 10 largos meses. Pese a que jugarán en plena fiebre mundialista, cremas y celestes prometieron robarse el show a punta de goles.*

**Eso sí**↑ (**pero**) [+**contradicción**], el presente de ambos anda en polos opuestos. Y es que, por un lado, los merengues están con la mecha encendida, luego de ganar las dos últimas fechas (Depor 22/6/14. Pág. 22).

#### **Caso 5**

Daniel Ahmed y 'Chemo' Del Solar recién hoy se conocerán en persona. Pero el DT de Cristal ya tiene estudiado a su rival.

*"Él es un entrenador que propone buen juego. Así que no dudo que será un buen espectáculo", dijo.*

**Eso sí**↑ (**No obstante**) [+**Objeción**], el 'Che' también reconoció que será 'yuca' bajarse a los cremas, aunque en sus pupilos. (Depor 22/6/14. Pág. 22).

#### **Caso 6**

*'Mala' no precisó si se trataría de hinchas o de algún grupo en especial. Eso sí*↑ (**No obstante**) [+**Objeción**], agregó que "esa gente nunca sabrá lo que es eso", en referencia a lo que es su trabajo en la selección de mayores (Depor 20/6/14. Pág. 26).

Por otra parte, se observa en los casos 5 y 6 que el marcador innovador **Eso sí** puede ser remplazado por el marcador común **No obstante**, mientras que en el caso en el caso 4, el marcador que lo remplazó fue **Pero**. Cabe resaltar que ambos el *conector contraargumentativo* poseen la carga semántica de +contradicción y +objeción, respectivamente.

Ahora bien, con respecto al uso del *conector contraargumentativo* innovador **Por ahora**, este permite al redactor exponer dos puntos de vista que

coexisten en un mismo texto periodístico. Asimismo, facilita el fantaseo con posibles sucesos para que posteriormente se expongan las razones por las que se podría o no concretar la información.

### Análisis lingüístico

Por	ahora	=
Prep.	Adv.	S. Adv.

Tal como se apreciará en los casos siguientes, el marcador innovador **Por ahora** puede ser remplazado por los marcadores comunes **Pero** (caso 7) y **Mientras tanto** (caso 7 y 8), ya que pertenecen a la misma clasificación y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

#### Caso 7

*A sus 32 años, Edwin Retamoso podrá cumplir su gran sueño de jugar en el exterior. La directiva del Real Garcilaso está por cerrar el vínculo del volante con el Cobreloa de Chile, curiosamente dirigido por el argentino Marcelo Trobiani, ex DT de la 'U', Cienciano y Huancayo.*

**Por ahora**↓ (**pero/mientras tanto**) [**+contraste/+Coexistencia**] se mantiene reservado si el "Chasqui" pasa a préstamo por un año o de lo contrario es venta concreta de su pase. "No voy a negar que lo necesito, por encima está su desarrollo profesional", dijo el técnico Fredy García (Líbero 18/6/14 pág. 22).

#### Caso 8

*El 'Negro' empezó su carrera en el Liverpool en el año 2011 y luego fue cedido a Fénix, pero es en Sud América donde se volvió tan querido como lo es el 'Armenio' en alianza ¿Será su sucesor? El tiempo se encargará de resolver el misterio.*

**Por ahora**↓ (**mientras tanto**) [**+Coexistencia**] el tema es resolver las dificultades económicas para competir de igual a igual con los demás clubes que lo pretenden por su gran olfato goleador.

No obstante, pese a que es un *conector contraargumentativo*, el caso 8 no contrapone argumentos, sino sigue la secuencia de la información. Por ello, cumple la función de consecutivo. Otra acotación importante es que este marcador innovador puede ser remplazado por los marcadores comunes **Pero** y **Mientras tanto**.

Cuando se analizaron los casos 9 y 10, los resultados fueron que el marcador innovador **Si bien** sigue la línea de contraponer dos ideas.

### Análisis lingüístico

Si	bien	=
Conj.	Adv.	S.Adv.

En ambos casos, la primera información fue beneficiosa para el protagonista de la nota informativa, mientras que el segundo suceso aclaró el verdadero panorama que afronta el futbolista. A través de estos casos se dedujo el afán sensacionalista que impera en el periodismo deportivo para captar la atención de sus lectores. Cabe mencionar, que este marcador innovador puede ser remplazado por el marcador común **Aunque**.

#### Caso 9

*La Garra se arma con todo. **Si bien** ↑(aunque) [+objeción] los refuerzos recién podrían jugar a partir de agosto, cuando se abra el libro de pases para el torneo Clausura, “Chemo” del Solar le pidió a la directiva de una vez a los “jales” para sostener las horas de trabajo con ellos (Líbero 19/6/14 pág. 19).*

#### Caso 10

*“En el gol de Costa, encaré hacia dentro, aprovechando que Ramúa no sobresale precisamente por el gol de Guevgeozían, piso la última línea y le saco el centro. Ese es el fútbol que practicamos”, dijo.*

***Si bien** ↑(aunque)[+objeción] aún no registra gol en Alianza, se lo toma con calma, pues “estoy por el camino correcto y quiero seguir ganando todo”, apuntó. Landauro ruge. (Líbero 17/6/14 pág. 20).*

Tal como se observa en los casos 9 y 10 respectivamente, el marcador innovador **Si bien**, puede ser remplazado por el marcador común **Aunque**, ya que pertenecen a la misma clasificación y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

Por otro lado, el marcador **Y aunque** es considerado innovador, por estar encabezado por la conjunción **Y**, pues este elemento ayuda al marcador del discurso a obtener una entonación ascendente y así llamar la atención del lector.

### Análisis lingüístico

Y	aunque
Conj.	Conj.

Mediante el análisis de los casos 11, 12 y 13 respectivamente, se aprecia que este marcador permite al redactor mostrar al lector el lado bueno de la noticia. Para el caso 11, menciona que “**Y aunque** la pelota no entró (hecho negativo), la ‘U’ salió mejor parado (hecho positivo)”. Cabe mencionar que el uso de este marcador, puede ser remplazado por los marcadores comunes **Aunque** y **A pesar de que**.

#### Caso 11

*La ‘U’ también tuvo sus oportunidades e inquietó el arco de Penny. Y lo hizo con buen toque, el estilo que ‘Chemo’ del Solar impuso desde su regreso al equipo crema. La sociedad entre Ruidíaz y Flores fue su arma más peligrosa.*

**Y aunque**↑ (**aunque**) [**+objeción**] *la pelota no entró, la ‘U’ salió mejor parado que de este empate: sigue invicto en el apertura y, además, es uno de los punteros. Todo lo contrario es Cristal, que está entre los últimos. Por eso decimos que el 0 a 0, al final, fue favorable a los merengues. (Depor 23/6/14 Pág. 20)*

#### Caso 12

*En Matute no importa si se está jugando el Mundial o es el ‘Día del Padre’. Los jugadores de Alianza tienen objetivos claros. Y uno es ganar el Torneo Apertura. Y para eso, ayer se encontraron con el triunfo ante Garcilaso.*

**Y aunque**↑ (**A pesar de que**) [**+objeción**] *la ‘Máquina Celeste’ de ‘Petróleo’ García llegó a Lima con un esquema ultra defensivo, los grones encontraron la forma de darle la vuelta. (Depor 16/6/14 Pág. 20)*

#### Caso 13

*Solo San Martín fue capaz de meterle tres goles a Alianza en el Torneo Inca. **Y aunque**↑ (**A pesar de que**) [**+objeción**] ganaron esa final por penales, recuerdan que el equipo de Julio César Uribe tiene jugadores muy peligrosos en ataque. Por eso, el capitán Walter Ibáñez se alista para ‘ajustarlos’ mañana (Depor 20/6/14 Pág. 26)*



Tal como se observa en los casos 11, 12 y 13 respectivamente, el marcador innovador **Y aunque** también puede ser remplazado por los marcadores comunes **Aunque** (caso 11) y **A pesar de que** (caso 12 y 13), ya que pertenecen a la misma clasificación y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

### c. Conector aditivo

Este conector busca poner énfasis al momento de unir dos proposiciones que abordan el mismo tema, como es el caso del marcador innovador **Es más**.

#### Análisis lingüístico

Es	Más	=
Verb.	Adv.	S. V

Este marcador innovador -teniendo en cuenta los casos 15 y 16- agrega información a un enunciado dicho anteriormente, y que por sí ya llama la atención. Su uso afianza y da mayor protagonismo a la noticia.

#### Caso 15

*Ese detalle es el que tiene en riesgo la continuidad de Guevgeozián. **Es más↑ (más aún) [+Adición]**, podría despedirse ante Juan Aurich, este domingo (Depor 23/6/14 p. 25).*

#### Caso 16

*Pero eso no fue todo. El árbitro cortó jugadas por gusto y confirmó que su 'reglamento' es muy particular. **Es más↑ (cabe señalar que) [+adición]** llenó de amarillas a los jugadores de Cristal por reclamar y no por pegar (Depor 23/6/14 p 23).*

#### Caso 17

*Quizás más cerca estuvo Cristal, pues se adueñó con más propiedad de las bandas, con las corridas de Yotún y Advíncula. **Es más↑ (cabe señalar que) [+adición]**, el equipo de Daniel Ahmed llegó a estrellar dos remates en los palos. Le faltó muy poco para celebrar un triunfo (Depor 23/6/14 p. 20).*

**Caso 18**

Con 'Cuevita' se viene conversando hace varias semanas y ayer volvió a reunirse con la gerencia del club merengue. Los últimos puntos que faltan es afinar es el tema económico, por lo demás ya está y se da por hecho su fichaje. **Es más↑ (más aún) [+Adición]**, a esta hora ya debería de estar firmado (Líbero 19/6/14 pág. 19).

Por último, este marcador puede ser remplazado por los marcadores comunes **Más aún** (caso 15 y 18) y **Cabe señalar que** (caso 16 y 17), ya que pertenecen a la misma clasificación y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

**d. Conector consecutivo**

Este conector expresa una relación inmediata entre lo que se ha dicho y lo que se dirá en seguida, como es el caso del marcador innovador **Y eso que**.

**Análisis lingüístico**

Y	Eso	que	=
Conj.	Prom.	Conj.	S.N

Su uso proporciona al lector dos aspectos opuestos de una noticia. Ejemplo de ello, es el caso 19 donde nos indica, en el primer párrafo, que el equipo tiene la "cabeza en alto", para luego, a través del marcador del discurso, mencionar que quedaron novenos en la copa, en este caso se emplea un eufemismo para describir el sentimiento del equipo derrotado.

**Caso 19**

La entrenadora también aseguró que su equipo "tiene la cabeza en alto". **Y eso que↑ (aunque) [+restricción]** quedaron en el noveno lugar de la Copa Panamericana de México, lo que significó quedar fuera del Gran Prix 2015 (Depor 20/6/14 p. 26).

**Caso 20**

El 'Ciclón' necesita calmar las aguas de una posible tormenta. Si pierden, habrá cambios radicales en el equipo y podrían terminar con varias bajas en el plantel. La dirigencia quiere cambios y hasta el rescindirán contrato a varios jugadores. **Y eso↑ (a pesar de que) [+restricción]** es lo que se quiere evitar (Depor 21/6/14 p. 23).

**Caso 21**

*Josimar Vargas se jugó un gran partido. **Y eso que↑ (a pesar de que) [+restricción]** Del Solar lo ubicó en una posición poco común en él: en el extremo derecho de la volante. Pero 'Josi' se sacrificó y cumplió (Depor 23/6/14 p. 22)*

Tal como se observó en los casos 19, 20, y 21 respectivamente, el marcador innovador **Y eso que**, puede ser remplazado por los marcadores comunes **Aunque** (caso 19) y **A pesar de que** (caso 20 y 21), ya que pertenecen a la misma clasificación y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

Con respecto al marcador innovador **Fue así que**, este tiene la finalidad de exponer las razones del suceso de un determinado hecho. El redactor hace uso del mismo con la finalidad de colocar el acontecimiento de mayor importancia en la primera parte del párrafo.

**Análisis lingüístico**

Fue	así	que	=
Verb.	Adv.	Conj.	S.Adv

Tal como se observa en el caso 22, el marcador innovador **Fue así que**, puede ser remplazado por el marcador común **En consecuencia**, ya que pertenecen a la misma clasificación y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

**Caso 22**

Los huancaínos estuvieron es desventaja desde temprano, ya que a los 15', Diego Manicero se fue expulsado.

**Fue así que↑ (En consecuencia) [+conclusión]** el Ciclón tuvo más posesión de balón y generó ocasiones de gol. Germán Pacheco tuvo un tiro libre, pero el arquero Jesús Cisneros le quitó el grito de gol. Mientras la visita puedo anotar con Damián Ismodes, pero Rivera desvió bien el balón (Líbero 22/6/14 pág. 20).

### e. Conector explicativo

Con respecto al marcador **Y al mismo estilo**, su uso permitió distinguir a dos personas, por lo general con características físicas y técnicas diferentes. Tiene como finalidad entretener e ilustrar al lector.

#### Análisis lingüístico

Y	Al	mismo	estilo	=
Conj.	Prp.	Adj.	Sust.	S. Adv.

Tal como se observa en el caso 23, el marcador innovador **Y al mismo estilo**, puede ser remplazado por el marcador común **De igual modo**, ya que pertenecen a la misma clasificación y poseen idéntico valor semántico y pragmático.

#### Caso 23

*Sin embargo, los "chibolos" se contagiaron un poquito del mundial y "Orejas" Flores, a los 46', cogió el balón en la mitad de la cancha **y al mismo estilo**↑ (**de igual modo que**) [**+Semejanza**] del holandés Robben se metió tremenda corrida (Líbero 16/6/14 pág. 19).*

### 4.2.2. Análisis fonológico y morfosintáctico

Los recursos lingüísticos usados para la formación de los conectores innovadores son el fonológico y sintáctico. De esta manera, al analizarlos se encontró las razones por las que los redactores de los diarios *Depor* y *Líbero* prefieren emplear estos marcadores.

Tabla 27. Marcadores del discurso innovadores: análisis fonológico y morfosintáctico

Marcadores del discurso	Entonación	Análisis	Tipo de Sintagma
Y al mismo estilo	↑	{Conj. + Prep. + Adv. + Sust.}	Sintagma nominal
Fue así que	↑	{Verb. + Adv. + Conj.}	Sintagma verbal
Y eso que	↑	{Conj. + Pron.+ Conj.}	Sintagma preposicional
Y aunque	↑	{Conj. + Conj.}	Sintagma conjuntivo
Por ahora	↑	{Prep. + Adv.}	Sintagma preposicional
Eso sí	↑	{Adj. + Adv}	Sintagma adverbial
Y es que	↑	{Conj. + Verb. + Conj.}	Sintagma Conjuntivo
Si bien	↑	{Conj. + Adv.}	Sintagma adverbial
Es más	↑	{Verb. + Adv.}	Sintagma verbal

Elaboración: propia

### a. Interpretación fonológica

Cada uno de los marcadores del discurso innovadores analizados presentaron una inflexión ascendente en el acto del habla (**Y es que**↑). Esto es porque aparecen preferentemente en posición inicial. Por lo tanto, poseen una curva entonativa propia, permitiendo llamar la atención del lector en cada párrafo o enunciado. Cabe señalar que esta inflexión ascendente tiene un propósito pragmático, el cual consiste en focalizar o topicalizar el enunciado con el fin de llamar la atención y el interés del lector.

<p><b>Y es que</b> estaría a punto de concretarse la llega de Christofer Gonzales al Monarcas Morelia de México, donde lo espera Ángel Comizzo (Depor 17/6/14 p. 28).</p>
---

Pons (1998) menciona que el conector será átono si se centra la atención en las conjunciones más neutras (y, o, que...); si, por el contrario, el objeto de estudio lo constituyen las llamadas conjunciones ilativas o aquellas unidades como *bueno, claro, entonces*, que, provenientes de diversas clases de palabras, se habilitan para la conexión en el ámbito conversacional o textual, el conector resultante será tónico. Por lo que esta consideración se pudo aplicar también a los conectores en otras lenguas.

### b. Interpretación morfosintáctica

Como se aprecia en la Tabla 27, los marcadores del discurso innovadores analizados son, en su mayoría, sintagmas adverbiales, conjuntivos o preposicionales, cuya funcionalidad les permite combinarse en la posición de principio de párrafo. Además, estas estructuras sintácticas formadas por adverbios, conjunciones y preposiciones, generan sub actos sustantivos subordinados, pues suponen un añadido informativo, respecto de un eventual sub acto sustantivo directo.

Por ello, las innovaciones en su uso, por parte de los redactores de los diarios *Depor* y *Líbero*, tienen como objetivo agregar una conjunción o preposición a un marcador, una palabra o una frase, no solo para incrementar su entonación ascendente, sino también para dotar a este marcador de autonomía sintáctica.

**Eso sí {Prom. + Adv. = S. Adv.}**

*Universitario y Cristal al fin volverán a verse a las caras después de 10 largos meses. Pese a que jugarán en plena fiebre mundialista, cremas y celestes prometieron robarse el show a punta de goles.*

**Eso sí**↑ (**pero**) [+**contradicción**], *el presente de ambos anda en polos opuestos. Y es que, por un lado, los merengues están con la mecha encendida, luego de ganar las dos últimas fechas (Depor 22/6/14. Pág. 22).*

## CONCLUSIONES

A partir de los resultados expuestos, se demuestra la hipótesis general, que sustenta que: “el uso de los marcadores discursivos innovadores en la redacción de los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos  *Depor* y  *Líbero* contribuye a la configuración de un modo particular de lenguaje que busca, principalmente, establecer una relación de cercanía e identidad entre el autor-lector”.

Los marcadores del discurso del tipo *conector* se dividen en *aditivos*, que unen un miembro anterior con otro de su misma orientación; *consecutivos*, que conectan a un consecuente con su antecedente; por último, a los *contraargumentativos*, que eliminan algunas de las conclusiones que podrían inferirse de un miembro anterior. De estos resultados se puede inferir que, para la redacción de textos periodísticos, los periodistas de los diarios estudiados emplean los marcadores del discurso del tipo *conectores*, puesto que buscan enlazar las distintas ideas que emplean para escribir una nota. Esta unión de ideas se da respetando la regla de pirámide invertida (técnica que consiste en ordenar las ideas de mayor a menor importancia).

Si bien no son usados con la misma proporción de los marcadores comunes, aunque se prevé que una creciente tendencia a la oralidad en la redacción de los textos periodísticos, existen algunos de ellos que no están registrados en ningún tipo de clasificación. A este tipo de marcadores del

discurso se le ha denominado *innovadores*. Dentro de esta clasificación, los que son empleados con mayor frecuencia son del tipo *conectores causales*. Por ejemplo, el marcador del discurso **Yes que** -de uso muy frecuente en el discurso coloquial- pues expresa contrariedad, un pretexto o una justificación. Al igual que el marcador del discursivo **Pero**, expresa contrariedad, pero de manera coloquial, ganando la atención de los lectores.

No obstante, estos marcadores innovadores también han puesto en evidencia una tendencia general de las gramáticas tradicionales: agrupan nuevos marcadores del discurso sin tomar en cuenta las innovaciones que van apareciendo de manera constante, principalmente en los géneros periodísticos deportivos. Del trabajo de Vásquez (2004), el cual sistematizó un total de 1500 marcadores del discurso, solo fueron identificados 38 del tipo innovador en los diarios deportivos analizados.

Ahora bien, con respecto a los marcadores de los tipos *conectores* y *contraargumentativos* son los que se emplean con mayor frecuencia tanto en los diarios *Líbero* como *Depor* (49% y 47% respectivamente). En específico, es el marcador contra argumentativo **Pero** el más empleado en ambos diarios deportivos (53% *Depor* y 55% *Líbero*). Existe un empleo excesivo de este marcador, esto se debe a que cumple varias funciones, tales como contraponer dos conceptos, referirse a un concepto mencionado con anterioridad, establecer un contraste con una proposición previa y dar énfasis a la premisa, entre otros. Asimismo, este marcador contrapone ideas creando sensacionalismo en la



noticia redactada y, a través de la oposición, los redactores han encontrado la mejor manera de impregnar sensacionalismo en sus notas periodísticas.

## RECOMENDACIONES

El uso de los marcadores de discurso en el periodismo deportivo, si bien busca una relación que lo aproxime con su grupo lector, esto no es suficiente, por ello se precisa desarrollar -como se aprecia en el estudio- nuevas formas de comunicarse con el público objetivo a fin de seguir informando.

No obstante, se requiere más que “oralizar” los términos para crear nuevos marcadores del discurso. Es necesario también desarrollar una postura pedagógica con respecto a la forma en la que se quiere informar.

La identificación de estos nuevos marcadores también debía estar coadyuvada al desarrollo de un nuevo inventario que las incluya, pues, al parecer, para el caso peruano, no se dispone de uno actualizado ni mucho menos consolidado, por lo que la integración de estas innovaciones debe ser el primer paso para su construcción. El aporte de estos hallazgos resulta indispensable para el trabajo de las escuelas profesionales de periodismo y su especialización en la materia deportiva.

No existe una forma que nos inhiba de expresarnos y comunicarnos, sin embargo, se puede apreciar que, para este estudio, el uso de los *conectores contraargumentativos* define un hito muy importante sobre el que hay que

trabajar en la forma en la que se expresa la sociedad peruana. Es intrigante tal situación. O son los medios periodísticos los que se han adaptado a interpretar la realidad de esta manera o es la forma en la que se expresa la sociedad. No obstante, es importante notar el relativo sensacionalismo que existe para difundir alguna información, incluido el deporte. Bajo estos supuestos, es importante conceptualizar las razones por la que se debería comunicar y con qué propósito.

Los resultados de este estudio sugieren profundizar y conocer mucho más sobre la problemática del discurso periodístico con la finalidad de replantear nuevos lineamientos enfocados a desarrollar una comunicación estándar y que respete la variedad del habla nacional.

## BIBLIOGRAFÍA

### Referencias bibliográficas

Alcaraz Varó, Enrique (2000). *El inglés profesional y académica Madrid*. Madrid: Alianza Editorial.

Ander-Egg, Ezequiel. 1982. *Desarrollo de la comunidad*. (10 Ed.) Buenos Aires - Argentina: Hvmánitas.

Alcoba López, Antonio. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.

Alcoba López, Antonio. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Paraninfo.

Anscombre, Jean-Claude y Ducrot, Oswald (1994). *La argumentación en la lengua*, versión española de J. Sevilla y M. Tordesillas, introducción de M. Tordesillas. Madrid: Gredos.

Báez García. M., (2006). *Hacia una comunicación más eficaz*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Bernárdez, Enrique: (1994) *La coherencia textual como autorregulación en el proceso comunicativo*. In: Boletín de Filología, Santiago, Chile (BFil). 1993-1994, 34, 9-32

Camps, Victoria (1976). *Pragmática del lenguaje y filosofía analítica*. Barcelona: Península.

Cortés Luis & Camacho Matilde (2005). *Unidades de segmentación y análisis del discurso*. Madrid: Arco/Libros.

Cepeda, G. et al. (1988). *El habla de Valdivia urbano*. Valdivia: Imprenta América.

Díaz, Álvaro (1987). *Aproximación al texto escrito*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Domínguez García, I., (2010). *Comunicación y texto*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación

Ferrer Salat, Carlos (1978), "*Economía de mercado*", en *Crisis política, crisis económica, crisis empresarial*, Barcelona, DOPESA.

Fuentes Rodríguez, C. (1999). *La organización informativa del texto*. Madrid: Arco/Libros.

Greimas, A. J. (1971). *Semántica estructural, investigación metodológica*, Madrid: Edit. Gredos.

Gili Gaya (1961): *"Imitación y creación en el habla infantil"*. *Discurso de recepción en la Real Academia Española*, Madrid. 14. Academia Española (1974, pág. 467)

Gutiérrez Ordóñez, S. (1981), *Lingüística y Semántica (Aproximación funcional)*, Oviedo, Univ. de Oviedo.

Habermas, J. (1976). *La reconstrucción del materialismo histórico*. Taurus, Madrid.

HIDALGO NAVARRO, Antonio. (1997) *Sobre los mecanismos de impersonalización en la conversación coloquial: el tú impersonal*. ELUA. Estudios de Lingüística. N. 11 (1996-1997).

Hitchcock, John R. (1993). *Periodismo deportivo*. Santa Fe de Bogotá: Voluntad.

Hernández Alonso, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Cátedra.

Jørgensen, Annette Myre; López, Juan A. Martínez (2007). *Los marcadores del discurso del lenguaje juvenil de Madrid*. Revista Virtual de

Estudos da Linguagem – ReVEL. Vol. 5, n. 9, agosto de 2007. ISSN 1678-8931  
[www.revel.inf.br].

Lamas, Oscar Loureda y Acín, Esperanza Villa (2010) (coords.): *Los estudios sobre marcadores del discurso en español, hoy*. Madrid: Arco/Libros.

Mallete, Malcolm F. (1998). *Manual para periodistas*. Miami: Instituto de Prensa / Comité Mundial para la Libertad de Prensa.

Martín Zorraquino, M. & Portolés, J. (1999). *Los marcadores del discurso*. en Bosque, I. y Demonte, V. (eds.) *Gramática Descriptiva de la Lengua Española* (pp. 4051-4213) Madrid: Espasa-Calpe.

Marrero, O. (2011). *Fundamentos del periodismo deportivo*. San Juan, Puerto Rico: Terranova.

Montolío Durán, E. (1998). *La teoría de la relevancia y el estudio de los marcadores discursivos*. En M. A. Martín Zorraquino & E. Montolío Durán (Eds.), *Los marcadores del discurso* (pp. 93-119). Madrid: Arcos/Libros, S.L.

Ñaupas Patián, H. et al. (2014). *Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa y redacción de la tesis*. 4ª ed. Bogotá: Ediciones de la U.

Llorente Arcocha, M. T., 1996, *Organizadores de la conversación: operadores discursivos en español*, Salamanca, Universidad pontificia, Caja Salamanca y Soria

Ortega Olivares, Jenaro. 1985. *Apéndices modalizadores en español: Los 'comprobativos'*. En Estudios Románicos dedicados al profesor Andrés Soria Ortega, I. Granada: Universidad de Granada, pp. 239-255.

Paniagua Santamaría, Pedro (2003). *La crítica y el deporte: el placer de la influencia. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Portolés, J. (1998). *La teoría de la argumentación en la lengua y los marcadores del discurso*. en Martín Zorraquino, M. A. y Monotolío Durán, E. (eds.). *Los marcadores del discurso: teoría y análisis* (pp. 71-92). Madrid: Arco/Libros.

Pons, Salvador (1998). *Conexión y conectores*. Departamento de Filología Española, Lengua Española, Facultat de Filologia, Universitat de València.

Quilis, A. et alii (1993): *El grupo fónico y el grupo de entonación en español hablado*, *Revista de Filología Española*, 73, 55-64



Rivadeneira Prada, Raúl (1977). *Periodismo, la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México DF: Trillas.

Reinardy, Scott & Wanta, Wayne (2009). *The essentials of sports reporting and writing*. New York, Estados Unidos: Routhledge.

Schiffrin, D. (1987). *Discourse markers*. Cambridge: Cambridge University Press.

Solano Rojas, Y. 1989. *Los conectores pragmáticos en el habla culta costarricense*. En: Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica, XV (2): 143-154.

Taucher, E. (1997). *Bioestadística. Vicerrectoría de Asuntos Académicos. Universidad de Chile*. Editorial Universitaria. Segunda Edición. Santiago de Chile.

Vásquez Rodríguez, Fernando. *Pregúntele al Ensayista*. Bogotá: Kimpres, (2004. pp. 81-127).

Vivaldi, G, Martín (2004): *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo*. Madrid: Paraninfo.

Vivanco, Ángela (1992). *Los libertadores de opinión y de información*. Chile: Andrés Bello.

Zaragoza: Universidad de Zaragoza. (2010): *Los marcadores y su semántica*, en: Loureda Lamas, Óscar/Acín Villa, Esperanza (coords.): *La investigación sobre marcadores del discurso del español, hoy*. Madrid: Arco/Libros, 241-280.

### **Revistas Hemerográficas**

Dafouz Milne (2006). *Estudio de los marcadores interpersonales en el comentario periodístico*. *Revista española de lingüística aplicada*.

Lenz, R. (1920): *La oración y sus partes*. Madrid, *Revista de Filología Española*.

Nogueira da Silva, Antonio Messias (2010) *Las teorías pragmáticas y los marcadores del discurso*. *Revista de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Linguística e Literatura* Ano 06 n.13 - 2º Semestre de 2010.

## Referencias Electrónicas

Centeno, Matías (2006). *El rumor como fuente de información periodística: una propuesta para investigar su significación en los medios masivos*. Ponencia presentada en X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Ciudad de San Juan, Argentina. Recuperado de [http://servidor-opsu.tcha.ula.ve/profeso/garcia\\_mar/21/12\\_u\\_m.pdf](http://servidor-opsu.tcha.ula.ve/profeso/garcia_mar/21/12_u_m.pdf) [23/10/2015]

Medina Salgado, C. y Espinosa Espíndola, M. 1994. *La innovación en las organizaciones modernas*. Disponible en: <http://www.wazc.uam.mx/publicaciones/gestion/num5/doc06.htm>

Ritter, Michael (2000) *El rumor: un análisis epistemológico*. Ritters & Partners Comunicación Estratégica. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: [http://ritterandpartners.medianwebstudio.de/es/documentos/El rumor Un analisis epistemolgico.pdf](http://ritterandpartners.medianwebstudio.de/es/documentos/El_rumor_Un_analisis_epistemolgico.pdf) [23/10/2015]

Sanja Maričić, Milica Đurić, (2011), *"PERO", "SIN EMBARGO" Y "NO OBSTANTE" COMO CONECTORES DISCURSIVOS*. Facultad de Filosofía, Universidad de Novi Sad. Disponible en: <http://facta.junis.ni.ac.rs/lal/lal201102/lal201102-02.pdf>

## **Tesis**

Cuentas Lagos, Lourdes Natividad (2009). *Análisis lingüístico de la argumentación en el discurso jurídico peruano* (Tesis de licenciatura). UNMSM, Lima.

De la Fuente García, Mario (2006). *La argumentación en el discurso periodístico sobre la inmigración* (Tesis de Maestría). Universidad de León.

Flores Acuña, Estefanía (2013). *Los marcadores de reformulación: análisis, aplicado a la traducción español/italiano, de en fin y de hecho* (Tesis de licenciatura). Universidad de Málaga, 2013.

Hernández Castillo, Raúl (2012). *Criterios que rigen la producción de noticias sobre los fichajes de futbolistas profesionales en el Perú: el caso del diario Depor* (Tesis de Licenciatura). PUCP, Lima.

Llontop Castillo, María del Carmen (2013). *Marcadores del discurso y niveles de comprensión de textos argumentativos en estudiantes de la Universidad San Martín de Porres* (Tesis de Maestría). USMP, Lima.

Morales Rodríguez, Felipe Alejandro (2012). *Información incompleta y limitada de los diarios especializados Los casos de El Bocón, Libero y Todo Sport* (Tesis de Licenciatura). UNMSM, Lima.

Mallma Arrescurrenaga, Martín Gustavo (2006). *Prensa deportiva y sensacionalismo: el caso del diario Líbero y la eliminación de la selección peruana del mundial de fútbol, Alemania 2006* (Tesis de Licenciatura). UNMSM, Lima.

Murillo Ornat, Silvia (2007): *A Contribution to the Pragmalinguistic Contrastive Study of Explicatory Reformulative Discourse Markers in Contemporary Journalistic Written English and Spanish*. (Tesis doctoral).

Salazar Herrera, Rosa Milagros. (2003) *Hacia un periodismo especializado, ágil y creativo: la experiencia de la revista de transportes Señales (1996 – 1998)*. (Tesis de Licenciatura). UNMSM, Lima.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: matriz de consistencia

### TITULO DEL PLAN DE TESIS: LAS INNOVACIONES EMPLEADAS EN EL USO DE LOS MARCADORES DEL DISCURSO EN LOS TEXTOS PERIODÍSTICOS DE LOS DIARIOS DEPORTIVOS DEPOR Y LÍBERO

RESPONSABLE: MARK LÓPEZ CHUMBE

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MARCO TEORICO	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN
<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL</b></p> <p>¿Cuál es la contribución en la innovación del uso de los marcadores del discurso en la redacción de los textos periodísticos nacionales de los diarios Depor y Líbero?</p> <p><b>PROBLEMAS SECUNDARIOS</b></p> <p>i. ¿Qué tipo de marcadores discursivos innovadores se emplean en los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos Depor y Líbero?</p> <p>ii. ¿Con qué frecuencia se emplean este tipo de marcadores discursivos en los</p>	<p><b>OBJETIVO PRINCIPAL</b></p> <p>Determinar la función que cumplen los marcadores del discurso que se emplean en la redacción de los textos periodísticos nacionales de diarios deportivos Depor y Líbero.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p> <p>i. Determinar qué tipo de marcadores discursivos innovadores se emplean en los textos periodísticos nacionales de los diarios Depor y Líbero.</p> <p>ii. Determinar la frecuencia con la que se emplean en los textos periodísticos</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>El uso de los marcadores discursivos innovadores en la redacción de los textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos Depor y Líbero contribuyen a la configuración de un modo particular de lenguaje que busca, principalmente, establecer una relación de cercanía e identidad entre el autor-lector.</p> <p><b>HIPÓTESIS DERIVADAS</b></p> <p>i. Los marcadores del discurso innovadores más recurrentes en la redacción de textos periodísticos de los diarios Depor y Líbero son los pertenecientes a la clase de Conectores,</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE (X)</b></p> <p>Relación de cercanía autor - lector.</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE (Y)</b></p> <p>Uso de marcadores discursivos innovadores en la redacción de textos periodísticos nacionales de los diarios deportivos Depor y Líbero.</p> <p><b>SUB VARIABLES</b></p> <p>Marcadores del discurso</p> <p>Relación de cercanía autor - lector</p> <p>Habla Juvenil</p>	<p>Antecedentes de investigación Cuentas (2009, 7), analizó e interpretó los tipos de argumentos utilizados para exponer, desarrollar, aplicar y justificar las elecciones valorativas desde el análisis lingüístico en la construcción del discurso jurídico. Asimismo, afirmó que los marcadores son importantes dentro de la secuencia discursiva, pues se disponen de algunos de carácter polisémico lo que deriva en un tipo de ambigüedad léxica” (Cuentas: 2009, p.169). Zorraquino &amp; Portolés (1999, p. 4057) señalan que los marcados discursivos son unidades lingüísticas invariables no ejercen una función sintáctica en el marco</p>	<p><b>Tipo de Investigación</b></p> <p>Explicativa</p> <p><b>Diseño de Investigación</b></p> <p>Descriptiva-explicativa</p> <p><b>Nivel de Investigación</b></p> <p>Documental</p> <p><b>Universo:</b></p> <p>Periódicos deportivos Depor y Líbero</p> <p><b>Muestra:</b> 10 periódicos deportivos Depor y 10 periódicos deportivos Líbero</p> <p><b>Técnicas:</b> revisión documental, análisis de contenido y análisis estadísticos</p> <p><b>Instrumentos:</b></p> <p>Cuestionario, ficha de tabulación de los resultados estadísticos.</p>

<p>textos periodísticos nacionales de los diarios Depor y Líbero?  iii.¿Cuáles es la función que cumplen en la redacción de los textos periodísticos deportivos?  ¿Qué importancia tiene la innovación de estos marcadores en la redacción de los textos periodísticos?</p>	<p>nacionales de los diarios Depor y Líbero.  iii. Identificar la función que cumplen en la redacción de los textos periodísticos.  iv. Describir y explicar la importancia de los marcadores discursivos en la redacción de los textos periodísticos</p>	<p>seguido por los Estructuradores de la información y Marcadores conversacionales.  ii. La frecuencia de estas innovaciones es recurrente, principalmente cuando se trata de reforzar datos contradictorios o basados en suposiciones.  iii. Los marcadores del discurso innovadores y comunes empleados en los textos periodísticos deportivos de los diarios Depor y Líbero generan mayor cercanía e identificación entre el lector y el texto.</p>		<p>de la predicación oracional y poseen un cometido coincidente en el discurso, o sea guiar, de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, las inferencias que se realizan en la comunicación. Por otra parte, los mismos autores agregan que, entre sus principales funciones se identifican las que marcan los puntos más importantes de un escrito.</p>	
---	---	--	--	---	--



## Anexo 2: Diarios Deportivos Depor & Líbero consultados

Diario	Fecha
Depor	Lunes 16 de junio de 2014
Depor	Martes 17 de junio de 2014
Depor	Miércoles 18 de junio de 2014
Depor	Jueves 19 de junio de 2014
Depor	Viernes 20 de junio de 2014
Depor	Sábado 21 de junio de 2014
Depor	Domingo 22 de junio de 2014
Depor	Lunes 23 de junio de 2014
Depor	Martes 24 de junio de 2014
Depor	Miércoles 25 de junio de 2014
Líbero	Lunes 16 de junio de 2014
Líbero	Martes 17 de junio de 2014
Líbero	Miércoles 18 de junio de 2014
Líbero	Jueves 19 de junio de 2014
Líbero	Viernes 20 de junio de 2014
Líbero	Sábado 21 de junio de 2014
Líbero	Domingo 22 de junio de 2014
Líbero	Lunes 23 de junio de 2014
Líbero	Martes 24 de junio de 2014
Líbero	Miércoles 25 de junio de 2014

### Anexo 3: Inventario de Marcadores del Discurso comunes empleados en los diarios *Depor* y *Líbero*

Tipos	Funciones	<i>Depor</i>			<i>Líbero</i>		
Estructuradores de la Información	Comentadores	Pues	Quizá más cerca estuvo Cristal, <i>pues</i> se adueñó con más propiedad de las bandas, con la corrida de Yotún y Advíncula. (Depor 23/6/14 p. 20)	7	Pues	José del Solar, técnico de Universitario, vivió a mil, con el corazón en la boca, en partido ente los celestes, <i>pues</i> no pudo estar en el banco de suplentes al haber sido expulsado el partido pasado ente Cienciano (Líbero 23/6/14 pág. 18).	12
		Por otro lado	<i>Por otro lado</i> , el "Chato" habló de Cristal, el rival de los cremas este fin de semana (Líbero 19/6/14 pág. 19).	1			
	Ordenadores	Primero	<i>Primero</i> fue Ruidíaz: cogió un rebote tras un remate de Flores. (Depor 16/6/14 p. 32)	3	Primero	Sin embargo, <i>primero</i> vamos a explicar la situación de cada uno de los jugadores nombrados (Líbero 19/6/14 pág. 19).	2
		De otro lado	Sanguinetti, <i>de otro lado</i> , confía en el repunte de Uruguay en el Mundial. (Depor 16/6/14 p. 38)	1	De otro lado	<i>De otro lado</i> , Walter Ibáñez resaltó la actitud del equipo tras el empate con San Martín (Líbero 24/6/14 pág. 22).	3
		Por último	<i>Por último</i> se habla de Jaime Vásquez, uno de los valores de Unión Comercio (Depor 25/6/14 p. 24)	1	Por último	<i>Por último</i> , Tajima dejará Municipal, donde estaba prestado, para volver a la "U" y pelear el puesto de lateral derecho dejado por Diego Chávez (Líbero 19/6/19 pág. 22).	2
		De otro lado		1			

			Saguinetti, <i>de otro lado</i> , confía en el repunte de Uruguay en el Mundial Comercio (Depor 16/6/14 p. 38).		Finalmente	<i>Finalmente</i> , “Canchita” sería vendido esta semana al Morelia de México, tras recuperar las negociaciones (Líbero 23/6/14 pág. 28).	1
	Dígresores	sino	Un triunfo no sólo los meterá en la pelea, <i>sino</i> que también los llenará de confianza (Depor 17/6/14 p. 30)	1	Por lo que	Habrà una marcha asfixiante para anular a los generadores de fútbol de la “U”, <i>por lo que</i> este clásico en pleno Mundial promete ser de locura (Líbero 22/6/14 pág. 17).	1
Conectores	Aditivos	Además	El equipo merengue supo, <i>además</i> , reponerse a un gol de Gary Correa (Depor 16/6/14. P 32)	11	Además	<i>Además</i> , “Canchita” jugó sin complejos, buscó el arco rival, se complementó con “Orejas” Flores y llenó de balones a la “Pulga”, quien falló en la definición (Líbero 23/6/14 pág. 18).	7
		Encima	El uruguayo Pablo Míguez estuvo de cumpleaños. <i>Encima</i> recibió un ‘regalazo’ con triunfo de su selección ante Inglaterra. (Depor 20/6/14 p. 26)	2	Asimismo	<i>Asimismo</i> , “Loba” buscó el arco rival en varias oportunidades, sin embargo la fortuna no le sonrió (Líbero 23/6/14 pág. 19).	2
		También	La ‘U’ también les dará la opción de compra de 2 millones de dólares (Depor 19/6/14 p. 24)	8	También	El medio campista celeste no solo amenazó valla enemiga, <i>también</i> hizo respetar aquellos “galones que porta gracias a su trayectoria (Líbero 23/6/14 pág. 29).	6
		Incluso	<i>Incluso</i> , ya debutó con la selección. Los grones ‘echaron el ojo’ (Depor 18/6/14 p. 20)	3	Poco después	<i>Poco después</i> , “Talara” se tocó de nervios, derrumbó a Silva dentro del área y Perea anotó el empate desde los doce pasos a los 74’ (Líbero 22/6/14 pág. 19).	1
		Después	<i>Después</i> de tantas idas y vueltas, el ‘Rei’ llegaría hoy a Cajamarca para sumarse a los	1	Después	A Carlos Lobatón e Irván Ávila también les ha robado las sonrisas. Con la yema de los dedos, <i>después</i> con las palmas	1

			entrenamientos (Depor 18/6/14 p. 22).			de las manos cerró el partido (Líbero 23/6/14 pág. 17).	
		Por su parte	Huancayo, <i>por su parte</i> , no la pasa nada bien (Depor 22/6/14 p. 23)	1	Por su parte	<i>Por su parte</i> , los “poetas” se quedaron con cuatro puntos y el sábado recibirán a UTC en el Mansiche de Trujillo (Líbero 23/6/14 pág. 22).	4
					Incluso	<i>Incluso</i> sobre los 15', ambos casi le liaron de manos porque el rimense fue con fuerza a un balón dividido (Líbero 23/6/14 pág. 18).	1
	Consecutivos	Así	<i>Así</i> , con su tridente de ataque, la 'U' hizo daño a una defensa que jamás pudo contenerla. (Dpor 16/6/14 p. 32)	20	Así	<i>Así</i> , los jugadores le dedicaron el triunfo a su DT por su cumpleaños (Líbero 22/6/14 pág. 20).	4
		Mientras	Mientras, 'Canchita' alista maletas para mudarse a México. El torneo Azteca se inicia el 18 de julio y, además, Ángel Comizzo- ex DT de la 'U'- lo está pidiendo hace rato (Depor 17/6/14 p. 28)	7	Mientras	Germán Pacheco tuvo un tiro libre, pero el arquero Jesús Cisneros le quitó el grito de gol. <i>Mientras</i> la visita pudo anotar con Damián Ísmodes, pero Rivadeneira desvió el balón (Líbero 22/6/14 pág. 20).	7
		Luego	Ambos ya cumplieron su fecha de suspensión, <i>luego</i> de salir expulsados en la primera fecha ante UTC (Depor 19/6/14 p. 25).	8	Luego	Junior Ponce viene escribiendo sus últimos días en Matute <i>luego</i> de confirmarse su traspaso al Vitória Setúbal de la primera división de Portugal (Líbero 23/6/14 pág. 20).	15
		De lo contrario	<i>De lo contrario</i> , tendría que esperar hasta el Clausura. El balón está en la cancha del volante (Depor 18/6/14 p. 22)	1	Por eso	Lo quieren un año más. En tienda crema todos andan felices con la chambaza de “Chemo” del Solar, <i>por eso</i> , la Administración Temporal le dijo a Líbero que si este viernes, la Junta de Acreedores, son ratificados en el	3

						cargo, buscarán renovarle un año más (Líbero 25/6/14 pág. 21).	
		En tanto	En tanto, Sport Boys, que anda sétimo con 10 puntos, visitará hoy (3:45 p.m.) a Sport Victoria (Depor 22/6/14 p. 22)	1	En tanto	<i>En tanto</i> , Alianza Universidad destrozó a San Alejandro en Huánuco (5-1) y alcanzó la punta del torneo (Líbero 23/6/14 pág. 22).	4
	Causal	Porque	“Vamos Boys, quiero ver otro gol en tu score” ... La hinchada canta y se emociona <i>porque</i> la ‘Misilera’ rosada ya salió a flote. (Depor 23/6/14 p. 26)	5	Porque	En épocas donde es difícil llamar la atención <i>porque</i> aparece Guillermo Ochoa de México y Keylor Navas de Costa Rica en el Mundial de Brasil, a José Carvallo nada lo detiene, nada lo sujeta en su afán de dejar a todos con la boca abierta (Líbero 23/6/14 pág. 17).	2
		Por eso	<i>Por eso</i> ya trabajan duro para el choque contra la ‘U’ (Depor 17/6/14 p. 30)	20	Por ello	La “Misilera” se encuentra a mitad de tabla, <i>por ello</i> , vencer al conjunto sureño es una obligación (Líbero 22/6/14 pág. 21).	4
		Por ello	<i>Por ello</i> , Guillermo Sanguinetti respeta a San Martín y no se confía ahora que se vuelvan a encontrar (Depor 19/6/14 p. 26).	1			
	Contra argumentativos	Pero	El joven cuadro peruano quedó eliminado, <i>pero</i> ganó mucha experiencia (Depor 18/6/14 p. 22).	53	pero	Se ganó la cartulina amarilla <i>pero</i> salió airoso del ridículo (Líbero 23/6/14 pág. 19).	34

		Aunque	Hace unos meses, los grones ganaron a los santos la final del torneo del Inca por penales, aunque en el tiempo reglamentario empataron 3 a 3. (Depor 21/6/14 p. 23)	9	Aunque	Universitario igualó a cero frente a Sporting Cristal, pero llegó al primer lugar del Apertura, pero <i>aunque</i> dicho espacio por ahora está compartido con Melgar (Líbero 23/6/14 pág. 16).	5
		Aún	Ronald Baroni, su agente, quedó en responder y <i>aún</i> no lo hace (Depor 19/6/14 p. 24)	4	Sin embargo	<i>Sin embargo</i> , Garcilaso reaccionó rápido y puso el empate a los 7' gracias al "Ratón" Rodríguez (Líbero 23/6/14 pág. 22).	10
		Ahora	El 'Cuate' volverá a Europa –a pedido de su club, Hoffenheim de Alemania-. Ahora jugará en Victoria Setúbal de Portugal. Comercio (Depor 25/6/14 p. 25)	3	A pesar	A <i>pesar</i> de su pasado en Matute, Montañó quiere demostrar su categoría en el campo y ganar el partido a Alianza el fin de semana (Líbero 17/6/14 pág. 21).	1
		Sin embargo	Así que del Solar lamento su mala suerte. Más ahora que ya no son punteros, tras el empate de Unión Comercio. <i>Sin embargo</i> , el DT encontró una solución en el	8			

			equipo de reserva (Depor 21/6/14 p. 22)				
		En cambio	Penny, <i>En cambio</i> , reconoció el mal inicio de los celestes, pero confía en recuperarse Comercio (Depor 18/6/14 p. 20)	1			
Reformuladores	Explicativos	Igual	Ruidíaz pidió permiso, ayer por la tarde, para estar en el nacimiento de su primer primogénito. <i>Igual</i> 'Chemo' lo tiene en sus planes para el clásico del domingo contra los celestes Comercio (Depor 19/6/14 p. 24)	1	Es decir	En todas partes el libro de pases se reabre el primero de julio, pero para Perú recién el 20 de agosto. Es decir, quien venga, tendrá mes y días para adaptarse (Líbero 17/6/14 pág. 20).	1
	Rectificativos				Todavía	<i>Todavía</i> guarda algunos sentimientos respecto a aquella mica blanquiazul que hace poco le quitó mucho (Líbero 21/6/14 pág. 20).	1
	De distanciamiento						
	Recapitulativos				En conclusión	<i>En conclusión</i> se podría decir que ya está todo listo y Gonzales dejará la "U" en las próximas semanas (Líbero 16/6/14 pág. 20).	1
Operadores Argumentativos	De refuerzo argumentativo						
	De concreción						
Marcadores Conversacionales	De modalidad epistémica	Por lo que	El torneo azteca arranca a mediados de julio, cuando termine el Mundial, <i>Por lo que</i> esta semana intentará cerrar las	1	Por lo que	La "Academia" no quiere perder el paso y considera clave este cotejo, pues se encuentra a un punto del líder San Alejandro, <i>por lo que</i> un triunfo los mete a la	5

			negociaciones Comercio (Depor 16/6/14 p. 33).			pelea por la punta (Líbero 17/6/14 pág. 20).	
	De modalidad deóntica						
	Enfocadores de la alteridad						
	Meta discursivos conversacionales						

#### Anexo 4: Inventario de marcadores del discurso innovadores empleados en los diarios *Depor* y *Líbero*

<b>Tipos</b>	<b>Funciones</b>	<b>Depor</b>			<b>Líbero</b>		
Estructuradores de la Información	Comentadores				Pues bien	<i>Pues bien</i> , algo de eso ocurrió ayer con Pablo Míguez, quien cumplió 28 años y lo festejó con el plantel blanquiazul (Líbero 20/6/14 pág. 20).	1
	Ordenadores				Desde el principio	<i>Desde el principio</i> , los “grones” encasillaron a San Martín en su campo, Guevgeozián estrelló un zapatazo al palo de Gallese durante la primera etapa y desapareció la oportunidad de abrir el marcador en el complemento (Líbero 22/6/14 pág. 18).	1
					Sobre el final	<i>Sobre el final</i> , Míguez se olvidó de tronar tibias, probó	1



						de 25 metros, pero el palo le negó el triunfo (Líbero 22/6/14 pág. 19).	
	Digresores	Sino también	Habrá cambios. Aurich está obligado a volver al triunfo ante León, y no solo para sumar en la tabla, <i>sino también</i> para salvar cabezas.(Depor 21/6/14 p. 23)	1	Sino también	Ruidíaz por un momento espectacular. No solo en lo deportivo, pues es goleador de Universitario, <i>sino también</i> , en el aspecto personal (Líbero 19/6/14 pág. 19).	1
		Sino que también	Un triunfo no solo los mete en pelea, <i>sino que también</i> los llenará de confianza. Así lo ve Paolo de la Haza Comercio (Depor 17/6/14 p. 30)	1	Y también	<i>Y también</i> , todo se terminó de consumir ayer tras el golazo de Christofer a Cienciano (Líbero 17/6/14 pág. 20).	1
Conectores	Aditivos	Y además	Y aunque la pelota no entró, la 'U' salió mejor parada de este empate: sigue invicto en el apertura y, <i>además</i> , es uno de los punteros Comercio (Depor 23/6/14 p. 20)	2	Lo mismo	<i>Lo mismo</i> haría si Edison Flores asoma, pues sabe que "Orejas" es explosivo, por ello, prefiere sacarlos del partido (Líbero 18/6/14 pág. 22).	1
		Es más	<i>Es más</i> , el equipo de Daniel Ahmed llegó a estrellar dos remates en los palos. Le faltó muy poco para celebrar un triunfo. (Depor 23/6/14 p. 20)	5	Es más	<i>Es más</i> , a esta hora ya deberían haber firmado (Líbero 19/6/14 pág. 19).	1
		Y después	La pelota no quiso entrar, y después de tres palos, Kleyr Viera aprovechó el cuarto rebote y marcó con un remate de chalaca Comercio (Depor 23/6/14 p. 24)	1	Sino que además	Sucede que el delantero cafetero no solo perdió en la final del Torneo del Inca ante los victorianos, <i>sino que además</i> , fue expulsado en dicha jornada (Líbero 21/6/14 pág. 20).	1

90					Encima	Sin duda, Gabo cumplió en el campo, <i>encima</i> , dedicó su gol al “Topo” por sus 48 años de edad (Líbero 22/6/14 pág. 19).	1
	Consecutivos	Y Luego	Y luego, la ‘U’ le otorgaría el derecho de compra a los mexicanos por casi US \$ 2 millones (Depor 17/6/14 p. 28)	3	Es por eso	<i>Es por eso</i> que Christian Cueva, Marco Delgado y Mario Tajima se unirán la primera semana de junio a los entrenamientos de universitario (Líbero 19/6/14 pág. 19).	1
		Y eso	Y eso que Del Solar lo ubicó en una posición poco común en él: en el extremo derecho de la volante. (Depor 23/6/14 p. 22)	5	A partir de ello	<i>A partir de ello</i> , en Matute ya pusieron sus condiciones y solo están esperando la llegada de Jorge Chijani, representante del charrúa (Líbero 20/6/14 pág. 20).	1
		Y así	Y el ‘9’ de San Martín, casi caminando, definió ante Forsyth y así malogró el regalo de cumpleaños perfecto del DT íntimo Comercio (Depor 22/6/14 p. 20)	4	Y luego	La figura del partido fue el corpulento delantero Miguel Silva, que participó del primer gol del partido, anotado por el argentino Gustavo Stagnaro (52’) y luego fusiló a Salomón Libman (67’) para estampar el segundo de la jornada en Moquegua (Líbero 23/6/14 pág. 22).	1
					Ante esto	Ante esto, Ayar López Cano indicó que respetará la decisión de “Chemo” y prestará a Chávez (Líbero 24/6/14 pág. 21).	1

93	Causal	Y es que	Y es <i>que</i> estaría a punto de concretarse la llega de Christofer Gonzales al Monarcas Morelia de México, donde lo espera Ángel Comizzo (Depor 17/6/14 p. 28)	9	Y es que	Y es que la “U” ampliará el contrato de Gonzales por una temporada, como asegurándolo hasta el 2016 (Líbero 18/6/14 pág. 20).	3
		Es que	El ‘che’ mojó, y de paso, se sacó la ‘sal’ <i>Es que</i> pese a sus bu actuaciones, no anotaba desde hacer tres meses Comercio (Depor 22/6/14 p. 23)	3	Es que	<i>Es que</i> tras su brillante actuación con el “tri”, todos en México lo idolatran y más de un equipo grande europeo ha puesto sus ojos en el arquero (Líbero 19/6/14 pág. 18).	1
		Es por eso	<i>Es por eso</i> que decidieron cortar las negociaciones. Aunque ‘Canchita’ podría volar a un nuevo destino Comercio (Depor 20/6/14 p. 255)	1			
		Si es que	La próxima semana ya entrenaría con los cremas, <i>si es que</i> decide jugar en Ate. (Depor 24/6/14 p. 23)	1			
	Contra argumentativos	Eso sí	<i>Eso sí</i> , a Perú no le alcanzó para clasificar al Grand Prix 2015 (Depor 19/6/14 p. 26)	9			
		Y ahora	Con 15 años en el futbol, Zúñiga es un viejo zorro. Por eso dejo tirando cintura a su ‘causa’ Penny. <i>Y ahora</i> va por más. (Depor 17/6/14 p. 20)	2	Por ahora	<i>Por ahora</i> se mantiene reservado si el “Chasqui” pasa a préstamo por un año o de lo contrario es venta concreta de su pase (Líbero 18/6/14 pág. 22).	3

		Y aunque	<i>Y aunque</i> reconoce que aún no ha demostrado mejor, jura que en este Apertura la 'romperá' (Depor 22/6/14 p. 21)	5	Si bien	La Garra se arma con todo. Si bien los refuerzos recién podrían jugar a partir de agosto, cuando se abra el libro de pases para el torneo Clausura, "Chemo" del Solar le pidió a la directiva de una vez a los "jales" para sostener las horas de trabajo con ellos (Líbero 19/6/14 pág. 19).	2
		Si bien	<i>Si bien</i> algunos partidos están 'misios' de gente en las tribunas debido al Mundial, el de hoy puede ser la excepción (Depor 22/6/14 p. 23)	4	Mientras tanto	<i>Mientras tanto</i> seguirá sacándole el jugo al goleador uruguayo que suma 16 pepazas (Líbero 17/6/14 pág. 20).	1
		Es así que	<i>Es así que</i> , al delantero 'che' German Alemano ya se le considera una posibilidad viable, siempre y cuando cuente con el pasaporte peruano entre sus manos Comercio (Depor 18/6/14 p. 20)	1	Por el momento	<i>Por el momento</i> . Retamoso entrena con el equipo y este domingo será tomado en cuenta para el partido contra Sport Huancayo (Líbero 18/6/14 pág. 22).	1
		Y si bien	(...) <i>Y si bien</i> los celestes aún no ganan en el apertura, el 'Turco' alabó el nivel de sus jugadores con respecto a los partidos pasados Comercio (Depor 23/6/14 p. 23)	1	En seguida	<i>En seguida</i> , Costa dejó bien en claro que las estadísticas están a su favor y que este sábado no tendría por qué variar (Líbero 19/6/14 pág. 20).	1
					Fue así que	<i>Fue así que</i> el 'Ciclón' tuvo más posesión de balón y	1

					generó ocasiones de gol (Líbero 22/6/14 pág. 20).		
					Esta vez	<i>Esta vez no cundió la desesperación en la búsqueda de un rápido gol (Líbero 22/6/14 pág. 20).</i>	1
Reformuladores	Explicativos				Y al mismo estilo	Sin embargo, los “chibolos” se contagiaron un poquito del mundial y “Orejas” Flores, a los 46’, cogió el balón en la mitad de la cancha y <i>al mismo estilo</i> del holandés Robben se metió tremenda corrida (Líbero 16/6/14 pág. 19).	2
					Tal como	Será “Charro”. <i>Tal como</i> lo informó LIBERO en su edición de ayer (Líbero 17/6/14 pág. 21).	1

### Anexo 5: Ficha técnica. Diario Líbero

Nombre	<i>Líbero</i>
Formato	Tabloide
Páginas	24
Precio	S/. 0.50
Fundación	5 de junio de 1995
Director	Carlos Salinas
Propietario	Grupo La República
Dirección	Jr. Camaná 320, Cercado de Lima

Fuente: [www.libero.pe](http://www.libero.pe)

### Anexo 6: Ficha técnica. Diario *Depor*

Nombre	Depor
Formato	Tabloide
Páginas	32
Precio	S/. 0.50
Fundación	19 de abril del 2009
Director	Daniel Titingher
Propietario	Grupo El Comercio
Dirección	Jr. Miró Quesada 247. Piso 6. Of. 604-605, Lima

Fuente: [www.depor.pe](http://www.depor.pe)