

Javier Medina López

Disculpas, cortesía ideológica y restauración de la imagen: a propósito de un real ejemplo a través de la prensa

Apologies, ideological politeness and face restoration: an account of a Royal example through the press

Resumen: El objetivo principal de este artículo es analizar el comportamiento de cinco periódicos españoles que trataron ampliamente un acto de habla proferido por el rey de España Juan Carlos I el día 19 de abril de 2012. Se trata de una petición de disculpas al pueblo español por la participación en un safari africano: “Lo siento mucho. Me he equivocado y no volverá a ocurrir”. La importante crítica social hizo que la figura del monarca fuera cuestionada en amplios sectores de la vida pública española. El hecho, excepcional por la naturaleza de quien lo protagonizó, adquirió por ello una gran relevancia mediática. Los periódicos contemplados para este estudio (*El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* y *La Gaceta*) colaboraron en la restauración de la imagen real, una vez que fueron mayoritariamente aceptadas las disculpas. Se propone, por todo ello, el concepto de cortesía ideológica como un mecanismo estratégico fomentado a través del lenguaje periodístico.

Palabras clave: actos de habla, disculpas, imagen, medios de comunicación, monarquía

Abstract: The main objective of this paper is to analyze the behavior of five Spanish newspapers that extensively discussed a speech act uttered by the Spanish King Juan Carlos I on April 19, 2012. This is an apology to the Spanish people for participating in an African Safari: “I’m sorry. I was wrong and it will not happen again”. The important social criticism derived led to question the Monarch in many sectors of Spanish public life. The very fact, exceptional due to the nature of the protagonist, acquired therefore a high media profile. Newspapers referred to in this study (*El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* and *La Gaceta*) collaborated in the restoration of the royal image once apologies were widely accepted. Thus, the concept of ideological politeness as a strategic mechanism fostered by journalistic discourse is proposed.

Keywords: speech acts, apologies, face, mass media, monarchy

Javier Medina López: Universidad de La Laguna, E-Mail: jmedina@ull.edu.es

1 Introducción

Las disculpas constituyen un amplio terreno de los actos de habla que han generado una importante bibliografía en las últimas décadas, especialmente, a partir de los estudios que han marcado la llamada *era de las disculpas* (“age of apology”) en la esfera internacional¹ (Brooks, 1999, p. 3; Meier, 1998 y 2004; Cunningham, 2004, p. 561; Harris *et al.*, 2006, p. 716; Gibney *et al.*, 2008; Kampf, 2008, pp. 577–582; Páez, 2010, pp. 102–104; Kampf y Löwenheim, 2012, p. 43). En este contexto, y como consecuencia del enorme desarrollo adquirido por las teorías de la cortesía (Brown y Levinson, [1978] 1987), las disculpas han tenido aquí un campo abonado para poder analizar cómo funcionan las estrategias pragmáticas de las lenguas en cada comunidad sociocultural y los actos de habla de las mismas (Wierzbicka, 1991, p. 25) y cuáles son, en muchos casos, los universales lingüísticos que podemos trazar al establecer los correspondientes modelos de actuación. Lakoff (2003) resalta el ejemplo de naturaleza interdisciplinar del análisis del discurso, dentro del cual las disculpas han ocupado un lugar destacado en la pragmática. Su estudio permite, según Lakoff (2003, p. 201), un enfoque muy variado desde perspectivas tanto formales como funcionales, opinión que comparte también Bolívar (2011, p. 45).

Cuando se formula una disculpa se está negociando una determinada imagen colectiva o individual, dependiendo del nivel de la ofensa, de quién la haya ocasionado y del contexto en el que aquella se haya producido. Se trata de “un acto de habla restaurador que se usa cuando se violan normas sociales por ofensas reales o potenciales” (Flores Salgado, 2012b, p. 215). Es importante, en este sentido, distinguir entre ofensas llevadas a cabo en el terreno de lo privado y en el ámbito de lo público. Ello implica que los parámetros en el nivel comunicativo pueden ser diferentes, ya que en función de la situación en la que se haya generado el conflicto aparecerán distintos modelos ilocutivos por la asunción de excusas y responsabilidades. Bolívar (2010a, p. 493) hace notar, por

¹ Schumann y Ross (2007, p. 302) aluden a otras denominaciones relativamente frecuentes en la literatura científica sobre las disculpas políticas, como son los términos *epidemia de disculpas* (“apology epidemic”), *nueva moral internacional* (“new international morality”), *tendencia global a la restitución* (“global trend of restitution”) o *fenómeno de las disculpas* (“apology phenomenon”). Su punto de vista (p. 303) es que nos encontramos ante una *nueva moral política* (“new political morality”).

ejemplo, que las disculpas políticas se diferencian de otras porque es el espacio público su medio natural y habitual para ser actualizadas y sus rasgos van a depender de la forma en que son presentadas y de cómo son acogidas por los medios de comunicación. En este caso, las consecuencias para la *imagen* (“face”, Goffman, 1955 y 1967) adquieren un mayor valor y coste. El acto de disculparse se ve como un mecanismo lingüístico que tiende a mitigar la amenaza para la imagen y, además, coadyuva a restablecer la armonía social entre los interlocutores (Olshtain y Cohen, 1983, p. 21; Trosborg, 1987, pp. 147–148; Holmes, 1998, p. 204). Desde una óptica más psicológica (neo-Durkheimiana), como trata Páez (2010, p. 101), las disculpas son “instrumentos sociales externos de emociones colectivas”. Esta perspectiva hace que quien ofrece una disculpa se apoye en las mismas para superar la vergüenza y la culpabilidad compartida, de tal manera que, en muchas ocasiones, aumenta el acuerdo y se refuerza la cohesión social.

Así pues, es necesario tener en cuenta que en el concepto de imagen pública los interlocutores buscan habitualmente un equilibrio en sus relaciones con los demás y así evitan dañar la imagen del otro. En el acto de habla de la disculpa, con frecuencia se intenta reforzar la imagen positiva del interlocutor, si bien también de quien pide las disculpas. En opinión de Haverkate (1994, p. 97):

El hablante que se disculpa realiza un acto de habla expresivo cuyo objeto ilocutivo es dar a conocer al interlocutor que se ha violado cierta norma social y que él, es decir, el hablante, se cree, al menos parcialmente, responsable de haber ocasionado dicha violación. En consecuencia, la disculpa refuerza la imagen positiva del interlocutor, amenazando al mismo tiempo la del hablante.

La petición de disculpas supone, como indica Bolívar (2010a, p. 492), en primera instancia, la realización de un acto que tiene que ver con las estrategias propias de la cortesía (Brown y Levinson [1978] 1987), dentro de la cual juega un papel preponderante el concepto de imagen. Se trata de un valor positivo reclamado para el hablante, con lo cual se convierte en una expresión pública de la autoestima que dependerá de la aceptación y el reconocimiento por parte de los otros de nuestra imagen social que proyectemos. Todo ello, claro está, partiendo de la base de que mantener y salvar la imagen son objetivos recurrentes en el medio social (Hargie *et al.*, 2010, p. 722). Para Metts y Grohskopf (2003), las *actividades de imagen* (“facework”) tienen dos finalidades bien diferentes. Por un lado está lo que ellos denominan las *acciones preventivas de las actividades de imagen* (“preventive facework”), que estarían encaminadas a evitar la pérdida de la imagen, antes de que ocurra; y, por otro, las *acciones correctivas de las actividades de imagen* (“corrective facework”), llevadas a cabo para restablecer/

reparar la imagen dañada o perdida². En esta segunda dimensión es donde, habitualmente, se sitúan las disculpas (Mok y Takunaga, 2009, p. 74; Álvarez y Blondet, 2008, p. 297 y pp. 306–307). No obstante, como se encargan de señalar Hargie *et al.*, (2010, p. 723), se ha cuestionado que las disculpas supongan solo un intento de evitar los *actos amenazadores de imagen* (“Face Threatening Acts, FTAs”) en la teoría de Brown y Levinson ([1978] 1987, pp. 65–67) y ponen como ejemplo la explicación de Mills (2003, p. 61) cuando señala que “apologies should be seen as complex negotiations between interactants over status and over who is seen to be ‘in the right’, which cannot be simply analysed as reparations for face threat”, con lo cual el modelo de análisis brownlevinsoniano resulta muy encorsetado (“reifies politeness”), por lo que otros autores han sugerido una revisión más amplia de la propuesta (Mills, 2003, pp. 62–70; Pérez de Ayala, 2001, pp. 145–146).

Esta investigación está centrada en el acto de habla de las disculpas proferidas por el rey de España Juan Carlos I. La petición de perdón del monarca hay que situarla en una escena distinta de la que se da en otros casos de la vida política española. En estas páginas, a través de diez apartados, mostraré cuánto de extraordinario tienen las disculpas reales y cuál fue la reacción de un sector de la prensa escrita seleccionada para mis propósitos analíticos. El trabajo se divide en dos partes. El primer bloque se inicia con una serie de consideraciones teóricas expuestas en la introducción, los objetivos del mismo y el marco analítico en el que se desarrolla. El segundo apartado plantea los rasgos de las disculpas públicas y los componentes de las mismas. En la tercera sección se muestra el patrón discursivo (lingüístico) más frecuente en la lengua española. La segunda parte está centrada en el análisis sociopragmático de la disculpa real (capítulos 4–9), siguiendo para ello la concepción que se propone desde el

² En el ámbito de la lengua española, Bravo (1999, 2002 y 2004) ha propuesto los conceptos de imagen de *afiliación* y *autonomía* como dos categorías semánticas que intentan superar el diseño de la cortesía *positiva* y *negativa* de Brown y Levinson ([1978] 1987). Además, se añade el componente *sociocultural* como determinante en las estrategias corteses y descorteses llevadas a cabo por cada sociedad. Según la idea de Bravo (2002, p. 144), se trataría de ir confrontando, desde dentro de cada cultura, cuáles son las premisas que determinan una actividad de cortesía. Así, la afiliación y la autonomía deberán ser dotadas de contenidos de imagen propios de cada sociedad o grupo de estudio, lo que constituiría el llamado contexto sociocultural. En la misma línea está la investigación de Wierzbicka (1991, p. 26) quien afirma que: “The cultural norms reflected in speech acts *differ* not only from one language to another, but also from one regional and social variety to another” (la cursiva es mía). Se evita, de esta forma, caer en la visión etnocentrista que ha caracterizado a los actos de habla y a las teorías de la cortesía, especialmente desde la visión de Brown y Levinson ([1978] 1987), tal y como la propia Wierzbicka crítica (1991, p. 25) y que ilustra con numerosos ejemplos de lenguas no anglosajonas como el polaco, ruso, español y serbo-croata.

discurso ideológico, el análisis interaccional y la pragmática sociocultural. Se señalan los periódicos que forman el corpus (cap. 4), el contexto micro en el que la disculpa se produce y las causas que la generaron (cap. 5), la cuestionada imagen real provocada por un acto privado con repercusiones públicas e institucionales (cap. 6), así como el encaje de la acción verbal en el macrocontexto de las disculpas públicas (cap. 7). En el apartado 8 se propone la denominación de “cortesía ideológica” como categoría que refleja la actitud de la prensa ante las palabras del soberano español y de la institución que representa como modelo de Estado (monarquía parlamentaria). En el capítulo 9 se relacionan diferentes estrategias y posicionamientos ideológicos que la prensa adoptó para apoyar las palabras del rey.

1.1 Objetivos y marco teórico

El objetivo principal del este estudio es mostrar cómo las excepcionales disculpas del rey de España han sido tratadas por la prensa aquí analizada como un acto de cortesía ideológica. Esta tuvo como misión principal ayudar a restaurar la imagen del propio rey y de la Corona en un momento coyunturalmente complejo en la sociedad y en la economía españolas (abril de 2012). El apoyo a las palabras del rey al pedir perdón ante los españoles y ante el mundo ha sido considerado como una acción positiva que, según el juicio mayoritario de estos medios de comunicación, redundará beneficiosamente en la imagen del rey y de la monarquía. Como objetivos específicos, este trabajo se centra en las estrategias lingüísticas e ideológicas que los periódicos utilizaron para realzar la imagen del monarca. Como han señalado Álvarez y Blondet (2008, p. 298) el “objetivo de las peticiones de disculpa consiste en saldar una deuda, compensando así a la víctima por el daño ocasionado por la ofensa. Las disculpas apoyan al oyente y disminuyen al hablante”. Y en efecto, frente a las dinámicas frecuentes en la interacción comunicativa (en la que hay un intento de realzar la figura del agredido), en este caso la prensa elogia los valores que concurren en la persona del “agresor” (el rey); al contrario de lo que son los hábitos en la dinámica social. Los medios acogieron de buen grado no solo las palabras del rey en su disculpa, sino que resaltaron los beneficios para el país de la figura del monarca, de la institución que representa y recordaron, en más de una ocasión, los servicios prestados por la Corona en la creación de un país democrático, el afianzamiento del mismo, la consolidación de las libertades, la actitud del rey en los acontecimientos del 23 de febrero de 1981 (intento de golpe de Estado), el papel moderador (por encima de los partidos políticos) desempeñado por la institución de la Corona, etc. Resalto, llegado a este punto, que el rey

no justifica sus disculpas por mentir a la nación, circunstancia que ha ocurrido en otros casos muy conocidos (por ejemplo, el “affair” del presidente Clinton y la becaria Lewinsky o el caso del primer ministro británico Blair en la guerra de Iraq; cf. Harris *et al.*, 2006, p. 716; Bolívar, 2010a, p. 494).

Al contrario de lo que López Martín (2013a y 2013b) denomina como *descortesía ideológica* (que tiene como objetivo desprestigiar la imagen del que se siente ideológicamente contrario al interlocutor), la actitud de la prensa fue la de apoyar también el modelo de Estado consensuado por los españoles en la vigente *Constitución Española*³ aprobada en 1978. La visión que ofrecen las cinco empresas periodísticas es la de efectiva comprensión con la situación creada a raíz de las disculpas reales a través de un amplio despliegue informativo con la finalidad de colaborar en la restauración de la imagen institucional (Jefatura del Estado español), gravemente dañada ante un acto considerado como desafortunado.

La cuestión central en todo este asunto es que las disculpas deben entenderse como un acto mediante el cual el rey ofrece una oportunidad a su auditorio con el objetivo de equilibrar y resolver un conflicto generado por una determinada actuación privada. Es un acto verbal intencionado para dejar patente que se ha cometido un error. Pero a diferencia de las disculpas de otros dirigentes, la singularidad que se ha puesto de manifiesto es que el jefe de Estado español se disculpa por una actividad suya que considera equivocada y que ha ofendido a una gran mayoría de la opinión pública que ha juzgado como errónea su actuación. En este contexto, podemos decir que el rey protagonizó unas disculpas asociadas a un “acto moral” con un fin claro: intentar revalorizar su imagen. Cuando Juan Carlos I se disculpa, ¿lo hace él solo, como hombre que se equivocó? o ¿lo hace el Estado español, según lo que él representa y cuyo *rol* viene encomendado en la *Constitución Española*?, ¿es así como lo percibieron los destinatarios de su intervención verbal?, ¿estamos ante un acto sincero o es una mera representación mediática de cara a la galería?, lo que nos lleva a plantear si fueron, por tanto, creíbles y verídicas sus palabras.

Para llevar a cabo mi estudio, me apoyo en varias propuestas teóricas: i) el análisis de la ideología de van Dijk (1985, 1989, 1995, 1998a, 1998b, 1999, 2003, 2005, 2006 y 2008); ii) la pragmática de las disculpas políticas señaladas por Harris *et al.*, (2006); iii) el punto de vista de Bolívar (2009, 2010a, 2010b, 2011 y 2012), quien propone una visión amplia, más allá de la pragmática, del análisis

³ En la misma se señala en el “Título preliminar”, art. 1 (3), que “La forma política del Estado español es la Monarquía parlamentaria”, hecho al que se alude con frecuencia en los comentarios periodísticos suscitados por las disculpas del rey. Se trata de una referencia empleada como contraargumentación para aquellos que han manifestado otro modelo de Estado como, por ejemplo, la república.

interaccional en el que destacan el diálogo y la conversación como categorías básicas; y iv) la consideración de la pragmática sociocultural (Bravo, 1999, 2002 y 2004; Bravo y Briz, 2004)⁴. Este marco teórico dará cobertura a la referida cortesía ideológica, denominación que se propone como resultado del análisis y actitud de la prensa ante las disculpas reales. Por ello, como dice Bolívar (2011, p. 51) “los medios y las audiencias evalúan la validez del acto discursivo simultáneamente en varios niveles”. En la perspectiva dialógica, las palabras del rey no atienden al microdiálogo (interacciones focalizadas en momentos particulares, según la propuesta de Bolívar, 2010a, pp. 495–496), sino que se enmarcan, sobre todo, en la dimensión del macrodiálogo, en tanto en cuanto el rey se disculpa ante una audiencia global que es evaluada por los medios y los ciudadanos. En este macrocontexto que ofrece esta visión de los actos de habla, las disculpas del monarca han puesto de manifiesto también cómo las nuevas tecnologías de la información han condicionado los viejos hábitos de la comunicación, obligando a ser más transparentes y, como contrapartida, a intentar poner freno al desgaste en términos de imagen personal e institucional que se difunde a través de las redes sociales.

2 Las disculpas (inter)personales vs. disculpas públicas

El rey de España no es un político (en realidad, ningún rey lo es). Sin embargo, su petición de disculpas adquiere una gran repercusión social ya que fue entendida y percibida como la actuación de un líder político al uso. Por esta razón, en el terreno de la política se observa que no solo es destacable el acto de habla de *perdonar*, *lamentar*, *sentir* o *disculpar* a nivel individual, sino especialmente aquel que guarda relación con la institución o partido político que representa el líder. En esta tesitura, muchos personajes públicos llegan a plantearse si la disculpa se muestra como una fortaleza o como una debilidad personal o institu-

⁴ Siguiendo la idea de Bravo (2002, p. 143), cada disculpa debe ser explicada en el contexto propio en el que se ha generado, pues aunque puedan ser comparables, sin embargo, sus valores y significados no deberían, sin más, ser trasladados de una cultura a la otra. Por ejemplo, Wierzbicka (1991, pp. 86 y 126) establece las particularidades que adquieren las estructuras sociales y lingüísticas en relación con las disculpas en la cultura japonesa, donde es posible distinguir distintos grados: las propiamente *disculpas* (“apologies”); las *pseudo-disculpas* (“quasi-apologies”); las *disculpas preventivas* (“preventive apologies”) y las *disculpas para agradar* (“grateful apologies”). No todos estos niveles aparecen de la misma forma en las culturas occidentales.

cional (Cunningham, 1999, p. 289; Kampf, 2008, p. 558; Bolívar, 2011, p. 47). Hay que tener en cuenta que, en la gran mayoría de las ocasiones, los gobiernos no piden disculpas por pequeños errores históricos, como han escrito Schumann y Ross (2007, p. 305). La oportunidad de ofrecer disculpas, la elección del momento de realizarlas, así como el éxito o fracaso de las mismas, condicionarán el efectivo propósito de estos actos de habla. Podrán suponer un triunfo personal o institucional si ofrece beneficios para quien las genera o se concluirá que ha sido un fiasco si el objetivo inicial no llega a buen fin.

Las disculpas en la política – y, *grosso modo*, aquellas que se emiten por líderes que representan a instituciones del Estado (como es el caso del rey español) –, implican una estrategia que conlleva una amplia cobertura social de evidente rentabilidad y están sujetas al complicado mundo de las evaluaciones y percepciones sociales (sobre todo mediáticas). Decidir cómo, por qué y cuándo son proferidas unas disculpas no es un asunto fácil. La vida política internacional da sobradas muestras de que estamos ante una proliferación de actos de distinta naturaleza, en cómo se llevan a cabo en el nivel de la ofensa (gestos públicos, ceremonias de reparación, documentos y declaraciones de jefes de Estado, leyes de los gobiernos... cf. Páez, 2010, p. 106) y en la recepción de las mismas por amplios sectores de la población y, por ende, de los gobiernos y países⁵. Nobles (2008, p. 155) recoge en una tabla un total de 72 disculpas dichas por diferentes jefes de Estado, instituciones religiosas y civiles (públicas y privadas), organizaciones políticas, etc., a lo largo del siglo XX y primeros años del XXI. Según los datos de esta autora, el mayor número de disculpas analizado fue llevado a cabo por jefes de Estado (61%, 44 casos). Esto supone que la disculpa ha adquirido un importante papel en el terreno de la diplomacia, en las relaciones internacionales y económicas y se constituye, además, en un importante vehículo para mitigar conflictos, allanarlos y conseguir un mejor entendimiento entre gobiernos, políticos en general y estados. También Cunningham (2004, p. 561), unos años antes, se había referido a la eclosión de las disculpas en el terreno político (“politics of apology”), e indicaba que realmente no estaban claras las causas por las que un buen número de organizaciones e individuos comenzaron a disculparse en todo el mundo por hechos recientes y del pasado. No obstante, la opinión de Barkan (2000, p. xvi) es tenida en cuenta por Cunningham (2004), ya que Barkan considera que pudo haberse experimentado una especie de *autorreflexión nacional* (“national self-reflexivity”) en el terreno de la política que llevó a líderes internacionales como Blair, Clinton, Chirac y

⁵ Una visión amplia centrada en distintas áreas del mundo, que han precisado de estrategias de disculpas en el terreno de la política, puede verse en el capítulo titulado “Apology and Reconciliation” de la obra colectiva de Malley-Morrison *et al.*, (2013).

Schröder a iniciar una estrategia de reconciliación con numerosos pueblos y estados mediante la presentación de disculpas por hechos recientes y por actitudes de otras épocas, especialmente en períodos de guerra y en el terreno de los derechos humanos. Páez (2010, pp. 102–103) también considera que el uso de las disculpas responde a las atrocidades del pasado y a la violación de los estándares morales, lo que ha convertido a la disculpa en una práctica universal.

Coincido con Bolívar (2011, p. 56) en que “la disculpa política que se construye en los medios, con la participación de los jefes de Estado, al menos en los casos de algunos países latinoamericanos y de España, se caracteriza porque se inserta en un proceso en el que la disculpa se convierte en un arma muy poderosa para la lucha política”. Y esto es así si se observa, como más adelante mostraré, que la respuesta mediática a las disculpas reales fue la de apoyar el estatus político español mediante un unánime apoyo a la decisión tomada por el jefe del Estado. Marfil (2011, p. 36) destaca que el perdón en política está bien visto por los ciudadanos, si bien para muchos líderes puede suponer un acto de flaqueza o debilidad, lo que de alguna forma supone reconocer un error o dar ventaja al líder opositor. Por ello, la disculpa busca una empatía con el auditorio y en ocasiones es más destacable la relación que se establece entre las personas a través del acto de disculparse que la disculpa en sí misma y los términos en que se haya sustentado la fuerza ilocutiva. Cada acto de disculpa es excepcional y puede llegar a ser ambiguo, al menos en su explicación dentro del marco de las relaciones políticas. Escandell Vidal (1995, p. 43) dice que “en la mayoría de las sociedades occidentales el acto de disculparse suele ser bastante complejo”, idea que comparte Bolívar (2010a, p. 492) cuando afirma que son difíciles de “investigar porque pueden cumplir diferentes funciones y cuesta categorizarlas”.

2.1 Los componentes del acto de la disculpa

No es fácil señalar un único patrón o modelo extensible a toda disculpa, pues esta se presenta como un universal pragmático, aunque hay variaciones entre las lenguas y comunidades, de lo que se considera una ofensa y el grado de reparación de la misma (Márquez Reiter, 2000, p. 144; Álvarez y Blondet, 2008, p. 299). La literatura científica indica algunos rasgos como: el contexto en el que se desenvuelven los interlocutores (público/privado), el registro lingüístico empleado (coloquial/formal), el tema objeto de disputa, el contexto macrosituacional (político, institucional...), quién profiere la petición de disculpas, el público al que van dirigidas, el componente emocional/psicológico de quien elabora el acto del perdón (Casullo, 2005), el ritual social del mismo, etc. Así, uno de los

asuntos constatables en la abundante bibliografía es la manera en que las sociedades occidentales realizan los actos de disculpa frente a otras como la persa, árabe, japonesa, coreana, indonesia... Las disculpas, además, pueden ser evitadas o atenuadas de diversas formas, particularmente aquellas que tienen que ver con la esfera de lo público (Hargie *et al.*, 2010, p. 723). En función de estos elementos, algunos autores han establecido una clasificación de las disculpas considerando distintos parámetros (Meier, 1998) y el número de estrategias llevadas a cabo en el acto de habla, que van desde las cuatro características de Abadi (1990, pp. 469–471), Páez (2010, p. 105) y Jucker y Taavitsainen (2008, p. 230), los cinco elementos básicos de Olshtain y Cohen (1983, p. 22) y Escandell Vidal (1995, p. 44, adaptados y traducidos al español de Blum-Kulka *et al.*, 1989), los seis rasgos de Schumann y Ross (2007, p. 305), hasta las nueve de Fraser (1981, p. 263) o las trece estrategias señalas por Aijmer (1996, p. 96) en su trabajo sobre la conversación en inglés. Cunningham (1999, pp. 285–287), por su parte, analiza una variada muestra de disculpas que le sirven de base para proponer una clasificación centrada en 6 tipos en función de quién las ha proferido⁶:

1. Disculpas individuales.
2. Disculpas dadas por profesionales y organizaciones comerciales.
3. Disculpas de organizaciones religiosas.
4. Disculpas ofrecidas por líderes religiosos/espirituales.
5. Disculpas proferidas por gobernantes: políticos y primeros ministros.
6. Disculpas emitidas por jefes de Estado.

3 El modelo lingüístico-discursivo

Muchas de las investigaciones sobre las disculpas y arrepentimientos (Blum-Kulka y Olshtain, 1984, pp. 206–209; Márquez Reiter, 2000, pp. 46–47 y p. 144; Meier, 2004; Rojo, 2005, pp. 68–71; Harris *et al.*, 2006, pp. 720–723; Almeida Monteiro *et al.*, 2008, pp. p. 607; Siebold, 2008, pp. 131–333; Gómez, 2009, p. 43; Mok y Tokunaga, 2009, pp. 74–75; Bolívar, 2010a, p. 494; Wagner, 2000, p. 50; Wagner y Roebuck, 2009, pp. 73–75 y 2010, p. 265 y Flórez Salgado, 2012b, pp. 221–224, González-Cruz, 2012, p. 554, entre otros) ponen de relieve

⁶ Otra forma de ordenar este material es considerar, dice Cunningham (1999, p. 287), el estatus o causa de quién recibe la petición de perdón, con lo cual establece tres categorías: i) disculpas a título individual; ii) disculpas por hechos del presente; iii) disculpas por acontecimientos del pasado.

que en un acto de estas características debe existir algo que ya Searle (1969, p. 62) había señalado como imprescindible para que se produjera una disculpa, y es la actualización de un *indicador expreso ilocutivo* (“illocutionary force indicating device, IFID”), manifestado a través de verbos preformativos o realizativos directos del tipo *disculpar, perdonar, excusar, lamentar, sentir*⁷... o bien mediante *fórmulas indirectas* (“indirect IFIDs”) que, en el caso español, van acompañadas con frecuencia por un adverbio intensificador: “lo siento *mucho/muchísimo*” y construcciones afines del tipo “de verdad (que) *lo siento*”, “cuánto (lo) *siento*” y similares⁸. Harris *et al.*, (2006, p. 722) dicen que las dos palabras más asiduas en las disculpas son *lo siento* (“sorry”) y *perdón* (“apologize”), si bien en algunos casos estas llegan a ser ambiguas tanto en inglés como en español. “Lo siento” actúa como una manifestación de pesar (v. gr.: “*Siento* que estés enfermo”); cuando la imagen se puede ver atacada (“*Lo siento*, pero no estoy de acuerdo con eso que dices”) e incluso llegan a pedirse disculpas por actos perpetrados por otros en el presente o en el pasado (“*Te pido perdón* por lo que ha hecho *mi* hijo”). De similar opinión es Cunningham (1999, pp. 287–289) quien cuestiona, en efecto, que algunas de las realizaciones en inglés de *sorry* (igual que sucede en español con *lo siento*) no tienen sentido de disculpa, pues no hay ofensa, ya que, según su criterio, solo estaríamos ante una auténtica disculpa cuando quien la profiere es el responsable (“apologiser”) de la misma. Márquez Reiter (2000, p. 150) comparte la misma opinión al señalar que algunos de estos empleos están más próximos a los adverbios *desafortunadamente* o *lamentablemente* (“unfortunately”) y no constituyen una auténtica disculpa, sino un ritual aparente de la misma. Mok y Tokunaga (2009, p. 75), por su parte, al tratar el modelo de la disculpa como acto de habla destacan que los intensificadores *IFIDs* son más comunes en las conversaciones privadas que en los *actos públicos* (“public speeches”).

7 Apunta Searle (1991, p. 431) que algunos verbos españoles y frases verbales vinculadas a los actos ilocutorios son *enunciar, aseverar, describir, aconsejar, observar, comentar, mandar, ordenar, suplicar, criticar, pedir disculpas, censurar, aprobar, dar la bienvenida, prometer, dar contentimiento* y *pedir perdón*. Véase también Márquez Reiter (2000, p. 148).

8 La expresión *lo siento* se enmarca en lo que Álvarez y Blondet (2008, p. 306) denominan “disculpa propiamente dicha”, frente a otro tipo de actos reparadores que tienen que ver con la excusa y la justificación. El sintagma, muy común en todo el ámbito de la lengua española es, sin embargo, poco frecuente en el español venezolano, donde las palabras referenciales son *disculpa* o *perdón* (Álvarez y Blondet, 2008, p. 306, n. 4). Tampoco Flores Salgado (2012a, p. 147) advierte en sus datos del español de México que la forma *lo siento* (y *lo lamento*) sean las más frecuentes, frente a *discúlpame, disculpe* o *perdón*. Burguera (2010), por su parte, analiza los valores de *perdón* en el discurso parlamentario español.

En la siguiente tabla se compendian algunos de los patrones más habituales en un acto de disculpa, con su correspondiente modelo lingüístico en español. En la misma se observa que las dimensiones 1, 2, 5, 8 y 9 son las más usadas y recurrentes en los actos de habla del español, tal y como recoge la mayor parte de la bibliografía consultada:

Tabla 1: Componentes del acto de disculpa y modelo lingüístico-discursivo (Fuentes: Harris *et al.*, 2006, p. 721; Hargie *et al.*, 2010, p. 723 y Bolívar, 2010a, p. 494) [adaptado]

Componentes/estrategias de las disculpas	Modelo lingüístico posible
1. Indicador expreso que haga evidente la fuerza ilocutiva	“Lo siento...”; “Perdón...”, “Disculpa/e...”
2. Expresión que indique la asunción de responsabilidades o culpa por parte de quien la profiere	“Es mi culpa...”; “Me he equivocado...”; “Fue por completo un error mío...”
3. Negación de la intencionalidad	“No fue mi intención hacerte daño...”
4. Solicitud directa para ser perdonado	“Por favor, perdóname”; “Discúlpame, por favor/lo siento...”
5. Explicación sobre el acto infringido	“Fue debido a...”; “Fue por culpa de...”; “Se me olvidó comentarte que...”
6. Autorreproche	“Fue por mi culpa...”; “Yo soy el culpable...”
7. Expresión de remordimiento	“Me siento muy triste por lo que hice...”
8. Petición de reparación del daño	“Lo arreglaré...”
9. Promesa de que no volverá a ocurrir	“Te juro que no sucederá más...”; “no volverá a ocurrir...”

4 El corpus: los datos periodísticos

De la actuación verbal del rey de España se dio cuenta con amplitud en la prensa escrita del país al día siguiente (19/04/2012), si bien en jornadas posteriores todavía se siguió tratando el asunto en todos los medios y pueden comprobarse miles de entradas en los buscadores habituales de Internet. Me centraré en lo que sigue en reflejar cómo la prensa generalista por mí consultada apoyó – con diferentes matices en lo que podríamos llamar una “escala semántica en la recepción del perdón” – la hazaña real. La investigación que aquí presento es de tipo cualitativo y está basada en cinco periódicos de tirada nacional que se sitúan en una órbita ideológica que va desde la izquierda a la derecha política. Las cabeceras son *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* y *La Gaceta*⁹. El carácter

⁹ Para las indagaciones en Internet – y como información complementaria a la prensa en papel –, se utilizaron distintos términos de búsqueda del tipo “las disculpas del rey de España”, “el rey pide perdón”, “viaje del rey a Botsuana” y similares.

cuantitativo está basado en el hecho de que se parte de unas referencias teóricas generales sin categorías predeterminadas en cuanto a los recursos de restauración de la imagen, pues estos surgen luego al examinar los textos periodísticos. El material cotejado incluye los titulares de las portadas, los editoriales, toda la información general referida a la noticia, los artículos y columnas de opinión y las cartas al director. Los ejemplos pertenecen a las ediciones del día 19 de abril de 2012.

5 El contexto de la disculpa real

Juan Carlos I se dirigió a su pueblo a través de una breve alocución grabada para la televisión en la que manifestó lo siguiente: “Lo siento mucho. Me he equivocado y no volverá a ocurrir”. La sencillez del texto como tal adquiere en boca del monarca una gran trascendencia social, política y mediática de primer orden. Sus palabras intentaban poner freno a una gran polémica suscitada en España por el viaje privado que él había hecho al centro de África (Botsuana) para participar en un safari. Las redes sociales y los medios de comunicación recogieron con gran despliegue informativo¹⁰ esta excepcional declaración. Hay que decir que – sobre todo a colación de este accidente –, numerosos aspectos que atañen a la Corona, su funcionamiento y las personas que la componen, pasaron al primer plano de la información nacional (y en parte también internacional). Claro que a todo ello hay que sumarle los asuntos judiciales en los que están inmersos algunos miembros de la familia del jefe del Estado (además de otros asuntos de su vida íntima) y que han supuesto para la monarquía española un auténtico *annus horribilis*¹¹ que no parece tener fin.

El episodio de Botsuana acabó con una grave caída del monarca en dicho país, lo que provocó su traslado inmediato a España para ser operado de urgen-

¹⁰ Con el término “Botsuana rey”, a través del buscador Google aparecen 5.260.000 entradas relacionadas con todo este asunto. (Fecha de consulta: 13/08/2013). Los medios europeos, por ejemplo, dieron cuenta de la noticia señalando lo histórico del acontecimiento, tal y como informan los diarios *Financial Times*, *Dayly Telegraph* y *The Independent*, en la prensa británica; *Die Welt*, *Süddeutshce Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine* o *Der Spiegel*, en Alemania y *La Repubblica*, *Corriere de la Sera*, *Il Messaggero* y *La Stampa* para Italia, entre otros.

¹¹ La expresión la utilizó la reina Isabel II del Reino Unido en el Guildhall (24/11/1992) con motivo de su 40 aniversario de ascenso al trono. Aludía así a los acontecimientos familiares que habían afectado gravemente a la imagen de la monarquía británica, por todo lo cual “Nineteen ninety-two is not a year on which I shall look back with undiluted pleasure. In the words of one of my more sympathetic correspondents, it has turned out to be an *Annus Horribilis*” (Lacey, 2002, pp. 327–328).

cia horas después en una clínica madrileña. Una vez que la noticia se difundió y fue conocida por la opinión pública, la reacción generalizada fue de sorpresa en un primer momento, y de estupor y rechazo, a continuación. El rey se había ausentado de España en una de sus peores semanas por las que atravesaban los indicadores económicos y sociales: alto número de parados, prima de riesgo elevada y la amenaza de intervención económica (si el Gobierno español así lo hubiese solicitado) por parte de las autoridades monetarias del Banco Central Europeo (BCE) y el Fondo Monetario Internacional (FMI)¹². Los medios de comunicación dieron una amplia cobertura informativa, continuando con el protagonismo adquirido por estos en los últimos años. La aparente armonía y pacto de “no agresión” que se había establecido en España después de la transición de la dictadura de Franco hacia la democracia implicaba mantener al margen de la opinión pública numerosos asuntos que no se daban a conocer y que eran pasto de comentarios en cenáculos, ámbitos de poder, prensa sensacionalista o amarillista y que quedaban al margen del “establishment” o de lo *políticamente correcto* (sobre este concepto, cf. Watts, 1989a, p. 131, 1989b, p. 204 y 1992, pp. 50–52; Fuentes Rodríguez, 2010, p. 857; Blas Arroyo, 2003 y 2011, p. 279; Reutner y Schafroth, 2012). Muy poco se hablaba de la Familia Real española más allá de sus actos institucionales. Sin embargo, en un proceso iniciado hace ya tiempo se ha ido incrementando la información en torno a la misma, traspasando los límites de la discreción. En *ABC* (p. 15), por ejemplo, se escribe que “No le habrá sido grato el trance. Lo educaron para ser el Rey y en aquel tiempo eso no incluía el feroz escrutinio de una opinión pública con impacto inmediato en las redes sociales. Y durante la transición se forzó un cierto pacto de indulgencia y se tejió un velo de privacidad que ha ido disolviéndose a medida que se asentaba la democracia y avanzaba la sociedad de la comunicación”. Así pues, la ruptura de ese “pacto de silencio” ha provocado que constantemente se hable y escriba sobre determinados aspectos de la Familia Real española. Como consecuencia, la institución de la Corona ha emprendido, desde su gabinete de comunicación, una nueva estrategia aperturista hacia la sociedad y los medios de información. Se trata, en definitiva, de mejorar la imagen institucional de la Casa Real. No es menos cierto, en esta comprensión del acto de la disculpa real, que esta fue ejecutada porque el rey sufrió un grave accidente fuera del país y que, como Jefe del Estado, se vio obligado a comunicarlo a la nación. Una actuación privada que, como había ocurrido en otras muchas ocasiones, nunca había trascendido a la opinión pública, ya que de las actividades

¹² Estos aspectos fueron utilizados para criticar la actuación real, pues se consideró que fue una irresponsabilidad por parte del monarca ausentarse en un momento crítico para la situación del país en medio de una grave crisis económica y social.

privadas no se informa y, por tanto, no había sido objeto de debate, discusión y crítica.

No es esta, sin embargo, la primera gran polémica que suscitan unas palabras del rey español. Conocidas y controvertidas fueron las increpaciones que dedicó al presidente de Venezuela, el fallecido Hugo Chávez, en la XVII Cumbre Iberoamericana celebrada en Chile (10/11/2007) con la frase “¿Por qué no te callas?”. Las imágenes de la reunión dieron la vuelta al mundo. La situación generó un conflicto diplomático entre España y Venezuela que duró desde el 10 de noviembre de 2007 hasta el 25 de julio de 2008. Sin embargo, este acto de habla tuvo una recepción bien distinta y fue entendido en numerosos ámbitos como un desencuentro entre dos países (Bolívar, 2009, 2010a, p. 497; 2010b; 2011, p. 54; 2012, pp. 96–98).

6 La imagen del jefe del Estado a debate

La estrategia sugerida por los asesores del rey y de su casa, posiblemente junto con el olfato político del propio monarca, tal y como se lee en *El País* (pp. 8–9), obligó a tomar pronto una decisión en un intento por recuperar la imagen¹³. Juan Carlos I pidió disculpas a la nación nada más salir convaleciente de su operación de cadera, apoyado en dos muletas: “Lo siento mucho. Me he equivocado y no volverá a ocurrir”. Con esta elemental alocución, el rey transitaba por una de las dimensiones sociales propias de la cultura española que consiste en establecer actos de habla dirigidos al refuerzo de las relaciones sociales entre los interlocutores, convirtiendo su actuación en un auténtico acto de cortesía valorizadora¹⁴ (Barros García, 2010, edición electrónica, y 2011, p. 19) con el que intentaba establecer beneficios positivos tanto para él como para sus interlocutores, procurando, así, todo un conjunto de metas comunicativas: mostrarse humilde, cercano y sincero. Esta fue la reacción reclamada por amplios sectores sociales, políticos y mediáticos ante una actuación que incidía en la imagen

¹³ En *El País* (p. 8) se escribe que “Los principales responsables de la Casa del Rey mantuvieron a don Juan Carlos al corriente de todas las críticas que estaba recibiendo. Leyó la prensa, escuchó la radio, vio la televisión. Le dieron un consejo claro: tenía que hacer algo para intentar recuperar su imagen, que durante 36 años de reinado jamás había sufrido un deterioro tan rápido y tan profundo”.

¹⁴ Según Barros García (2010, edición electrónica) la literatura científica ha propuesto otra serie de denominaciones como *cortesía agradadora*, *estrategias cortesés realizadoras*, *actos de refuerzo de la imagen*, etc. *Cortesía valorizante* es el término empleado por Álvarez y Blondet (2008, p. 297) para catalogar a la cultura caraqueña (Venezuela).

pública negativa del rey. Para ello, como podría haber escrito Haverkate (2004, p. 59), el rey hizo gala del intercambio verbal directo, que tanto parece caracterizar a la cortesía verbal española, frente a la holandesa, y llamó “al pan pan, y al vino vino”, expresión que no tiene equivalente en holandés. Es decir, el monarca prefirió, antes que un comunicado leído por un portavoz de su gabinete, establecer relaciones próximas, alejándose de los recursos atenuadores, poco propicios en la sociedad española (Hernández Flores, 2002). No faltan en los comentarios a la noticia los que hacen un paralelismo con los principios religiosos que la iglesia católica exige para el *perdón*: la confesión del delito cometido. Así se recoge en los siguientes fragmentos (1–3):

- (1) El Rey se confesó ayer públicamente ante todos los españoles, ya que no falta en su actitud ninguno de los cinco elementos que el Catecismo atribuye a este sacramento: el examen de conciencia, el arrepentimiento, el propósito de enmienda, el decir los pecados al confesor y el cumplimiento de la penitencia. Todo indica que el Monarca ha examinado su conducta, se ha arrepentido y ha confesado su pecado ante toda la sociedad española, además de expresar su propósito de enmienda. Y eso es lo más importante. [*El Mundo*, editorial]
- (2) Y eso es lo que hizo el Rey cuando salió ayer de la clínica San José [...]: en primer lugar, lamentar su conducta al decir “lo siento mucho”; después, reconocer su error al manifestar que “me he equivocado”; y a continuación, expresar su propósito de enmienda al prometer que “no volverá a ocurrir”. [*La Razón*, p. 12]
- (3) Reconoce que ha errado, lamenta haberlo hecho y hace propósito de enmienda. No se puede pedir más. Su gesto y su discurso, sencillo y directo, le engrandecen tanto que dejan en evidencia a los arribistas que, en los últimos días, aprovechando el río revuelto, intentaron sacar tajada política del accidente echando mano de exabruptos populistas. [*La Gaceta*, p. 2]

Las apreciaciones periodísticas (1–3) ponen de relieve que tres son las estrategias verbales que se advierten en la disculpa real y que coinciden con las dimensiones 1, 2 y 9 de la Tabla 1 (*supra*):

Tabla 2: Estrategias empleadas en la disculpa real. Basado en Blum-Kulka y Olshtain (1984, pp. 206–209)

IFID indirecto (“indirect IFIDs: I’m sorry”)	Asunción de la culpa (“explicit self-blame: It’s my fault/mistake”)	Promesa de rectificación (“promise of forbearance: This won’t happen again”)
Lo siento mucho.	Me he equivocado	y no volverá a ocurrir

Estamos con este asunto ante un caso y una actitud excepcionales. Y no solo, como se ha señalado de manera casi unánime en todas las informaciones que han dado cuenta de la noticia, por lo extraño y poco usual de que un rey se dis-

culpe por una acción de su gobierno, de su país o de él mismo, sino porque, además, las características intrínsecas que afectan a la persona en cuestión hacen que el asunto sea, todavía más si cabe, único¹⁵. En efecto, el marco legal que rige la *Constitución Española* de 1978 (Título II. De la Corona, artículos 56.1 y 56.3) atribuye a la figura del monarca la Jefatura del Estado, el símbolo de la unidad y permanencia de la nación (art. 56.1) y la inviolabilidad de su persona, a la par que indica que el mismo no está sujeto a responsabilidad (art. 56.3). En este contexto legislativo establecido constitucionalmente – y que se convierte en el eje central de todo el aparato jurídico que rodea las actuaciones del jefe del Estado –, la asunción de disculpas y el propósito de enmienda de que “no volverá a ocurrir” adquieren máxima relevancia comunicativa. El rey no estaba legalmente obligado a hacer su particular acto de habla, pero lo realizó. Pidió perdón por una actividad privada y lo hizo como jefe de Estado a su propia nación. No fueron unas disculpas en nombre de un país a otro, lo que ha ocurrido en ocasiones anteriores (Kunczik, 1997; Cunningham, 1999; Giffard y Rivenburgh, 2000; Zhang y Benoit, 2004; Kampf, 2009a y 2009b; Bolívar, 2010a y 2011; La Porte, 2012; Kampf y Löwenheim, 2012; Malley-Morrison *et al.*, 2013, etc.). Radica aquí, a mi juicio, la singularidad de su actuación. En la visión filosófica que ofrece Giannini Íñiguez (2006, p. 14) sobre la experiencia de perdonar, este autor advierte de que el perdón que se da no constituye una acción que por el hecho de decir “te perdono” el evento ocurra, pues no posee la acción performativa de *jurar* o *dar una orden*, ya que, en última instancia “el perdón es, como la promesa de un evento, algo que puede ocurrir o no ocurrir en el alma de quien dice «te perdono»” (Giannini Íñiguez, 2006, p. 14). Nociones como las de *sinceridad*, *credibilidad* y *cinismo*, términos frecuentes en el terreno de la pragmática (Bolívar, 2011, pp. 48–49 y 2012, pp. 90–92) y de la psicología social (Páez, 2010, p. 105) adquieren ahora un gran valor para poder contextualizar los deseos de cooperación del monarca. Tal y como indica Bolívar (2011, p. 44)¹⁶: “El acto de disculparse, la exigencia de disculpas o la negativa a darlas, puede tener efectos importantes en la

15 Las disculpas del rey Juan Carlos I han traído a la memoria similares situaciones en las que otros monarcas han tenido que reconocer o pedir, con distintos matices, algún tipo de perdón o disculpas públicas ante sus naciones (Hirohito de Japón, Isabel II del Reino Unido, Carlos XVI Gustavo de Suecia o Mohamed VI de Marruecos). Cunningham (1999, pp. 286–287) reseña brevemente algunas disculpas como las de Hirohito y la reina Isabel II o las de los presidentes Bill Clinton (EE.UU.) y Jacques Chirac (Francia) en distintos contextos y por motivos también diferentes. Una relación de disculpas oficiales recoge Nobles (2008, pp. 155–166).

16 Ya Abadi (1990, p. 467) había indicado que las disculpas en la vida política están negociadas de antemano y que, por ello, la probabilidad de que sean poco sinceras es mayor que en otras áreas. Cf. También Burguera (2010, p. 33). En la misma línea, Bolívar (2012, p. 91) escribe que “In addition, sincerity in political apologies does not seem to be the only requirement. In

forma en que los ciudadanos perciben la actuación de los líderes políticos y puede también modificar sus creencias y confianza en los métodos democráticos”.

Lo Cascio (1998, pp. 327–328) al hablar del papel del auditorio frente al orador destaca cómo al confirmarse las expectativas del público (ya que nos plegamos ante él) podría generarse una cierta impresión de cinismo si ese “oportunismo no fuera unido a un mínimo de honestidad y sinceridad” (p. 328). Esto supone que el éxito debe estar asegurado en el lenguaje político y hacerlo compatible, por tanto, con la sinceridad y los principios de la ética en la moral pública. Bolívar (2012, p. 91), refiriéndose a las disculpas, indica que la sinceridad está asociada al hablante, mientras que la credibilidad está *anclada en el dominio social* (“anchored in the social domain”), por eso muchos actos de disculpa si no son percibidos por la población bajo determinadas condiciones, pueden ser evaluados por la gente de acuerdo con lo que ella denomina la *condición de cinismo* (“the cynicism condition”). Van Dijk (1998a, p. 8), por su parte, señala también cómo las *ideologías* pueden influir en la aceptación de algo como verdadero o falso, especialmente cuando esas creencias pueden ser relevantes para el grupo.

7 Las palabras del rey en el macrocontexto de las disculpas públicas e institucionales

La petición de disculpas proferida por el rey español no tiene fácil acomodo en los modelos propuestos para el análisis de estos actos de habla, ni tampoco encuentra referentes amplios en la literatura científica. Ya he señalado cómo el acto de disculparse realizado por algunos monarcas en fechas recientes ha obedecido, en su mayoría, a actividades llevadas a cabo por sus gobiernos en el pasado o por silenciar actitudes y hechos que han obligado a los países a disculparse ante la opinión pública de otras naciones cuando se han realizado visitas de Estado, actos similares marcadamente protocolarios y conmemoraciones o aniversarios. Dentro de los límites que impone un acto de disculpa, se advierte en mi análisis una serie de rasgos que, de alguna forma, caracterizan el acto de habla real y que, a modo de recapitulación, pueden concretarse en:

1. Se trata de un monarca, jefe de Estado de un país democrático.
2. Rol institucional: la figura del rey se recoge en el ordenamiento constitucional español (*Constitución Española* de 1978).

the public sphere, apparently the sincerity condition may be replaced by another condition which concerns the perception of the roles of the offenders”.

3. Excepcionalidad: la inusual petición de disculpas de un soberano.
4. Error a título personal (privado): se trata de una “infracción” cometida por el rey (no de su gobierno, ni del ejército nacional o de su pueblo), pero con impacto público.
5. Repercusión política: no fue una disculpa de un político común, pero en su tratamiento (mediático y social) fue (re)interpretada como una disculpa al uso,
6. El rey eligió un modelo/patrón lingüístico frecuente en los usos idiomáticos de los españoles (*lo siento mucho*).
7. La actuación real incidió directamente en la imagen personal del rey (de forma negativa).
8. Como consecuencia del punto anterior: impacto en la imagen institucional que el rey representa (la Corona y la forma de Estado, la monarquía parlamentaria).
9. La elección del medio para transmitir la disculpa: no fue un comunicado de prensa, sino que se prefirió una comparecencia personal a través de la televisión. Se buscaba la credibilidad del rey.
10. Finalidad de la disculpa: parar la fuerte crítica suscitada e intento de restaurar la imagen. El rey se muestra como un ser humano más que es capaz de pedir perdón.
11. La respuesta mediática en los periódicos analizados: apoyo a la institución de la Corona. Elogio unánime al acto de disculparse. Ensalzamiento de la figura del monarca.
12. Gran repercusión en otros medios de comunicación y redes sociales: imagen negativa en Internet (actos de descortesía).

Teniendo en cuenta estas premisas, la incidencia de todos estos factores en la imagen del rey y de la Corona habría que situarla en el marco de lo que se conoce como “disculpas institucionales”¹⁷. Es indudable que una disculpa de

¹⁷ En realidad, una auténtica declaración institucional hubiera requerido de una puesta en escena más solemne, anunciada con anterioridad por los medios de comunicación; es decir, haberle dado un carácter oficial a la misma. Así ha ocurrido, por ejemplo, en los discursos de abdicación de los soberanos de Holanda (Beatriz, 29/01/2013) y Bélgica (Alberto II, 03/07/2013). Sus renuncias al cargo fueron escenificadas en un formato cerrado (grabación televisiva), preparado y anunciado con anterioridad a sus respectivas naciones. La declaración del rey español se hizo de forma más “natural”, a la salida de su habitación en la clínica madrileña. ¿Se pudo optar por un estilo más protocolario y oficial? Sí, pero se prefirió darle un carácter más cercano y menos “encorsetado” a la aparición pública del jefe del Estado. En otros casos – como muestra Bolívar (2012, pp. 94–100) al analizar las disculpas políticas en distintos contextos latinoamericanos – se resalta que todas fueron ante las cámaras de televisión y en unos casos en situaciones más formales (cumbres políticas) y en otros, como el del rey español y el

un Estado, o de un jefe de Estado o rey (a diferencia de las disculpas interpersonales), implica en el terreno de la diplomacia y, según los casos, en las relaciones internacionales, allanar y mitigar un conflicto, además de intentar un fluido entendimiento entre gobiernos y naciones, con lo cual se ven intensificadas las imágenes positivas de quienes representan, pues se vuelve a intentar estrechar y fortalecer los vínculos sociales (Bolívar, 2010a, p. 496 y 2011, p. 49; Flores Salgado, 2012b, p. 220). En el análisis que lleva a cabo Páez (2010, p. 107) en el terreno de la psicología social, este autor señala cuatro características que diferencian las disculpas oficiales de las llamadas interpersonales:

1. Están caracterizadas por su alto grado de formalidad.
2. Constituyen una actuación pública con gran cobertura mediática.
3. Suelen ser proferidas por altos representantes del Estado (reyes, presidentes, líderes religiosos, primeros ministros...).
4. Encarnan un proceso que requiere de un cierto apoyo consensuado entre las partes (población en general y/o grupos en particular) y que no se cuestione el hecho mismo de la disculpa con acciones en contra que generen nuevos conflictos.

El acto de habla de la disculpa en este terreno es seguido por miles o millones de personas que observan, opinan y juzgan sobre sus actuaciones. Por ello, muchos líderes políticos y personajes públicos miden el alcance de las disculpas, valoran el hecho de llevarlas a cabo y calculan los costes y beneficios para su imagen, tanto por hechos ocasionados por ellos y sus gobiernos, como por circunstancias del pasado que no fueron bajo sus responsabilidades (esclavitud, invasiones de territorios, exterminios de pueblos, holocausto judío, actuaciones en guerras, etc.). En estos últimos casos, para algunos autores como Tavuchis (1991, p. 13) la disculpa se convierte en un foco simbólico de un rito secular del perdón y este, desde la psicología, “supone una voluntad subjetiva de abandonar el resentimiento, los juicios negativos y la indiferencia hacia quien nos ha injuriado o lastimado y poder desarrollar sentimientos de compasión y generosidad” (Casullo, 2005, p. 42); para Cunningham (1999, p. 288) estamos ante *políticas de gestos, gestos simbólicos* (“politics of gesture”); Harris *et al.*, (2006, p. 722) y Kampf (2009b, p. 2257) las consideran *actos morales* (“moral acts”); Páez (2010, p. 110) las concibe como un *rito moral* (“moral ritual”) o, incluso en algunos casos, como *palabras baratas* (“cheap talk”).

presidente Chávez, en un ambiente muy informal, obviando tener que explicitar las disculpas con una fórmula verbal (*IFID*), pero mostrando ante el mundo una reconciliación que se escenificó con un juego de palabras, gestos, risas y camaradería. También sobre la importancia del medio televisivo en el lenguaje y en la imagen de los políticos trata Gruber (1993, p. 3).

8 La cortesía ideológica: la reposición de la imagen dañada y el apoyo mediático

Parece obvio que en el discurso mediático, como dice Fuentes Rodríguez (2013b, p. 16), los personajes vienen determinados “en virtud de los roles que desempeñan y de la identidad que ha sido creada y proyectada para desempeñar su función”. Ocurre que en el monarca confluyen dos modelos de identificación que apuntan hacia dos visiones de un ser excepcional (solo hay uno) en la sociedad española. Por un lado, el concepto de imagen más ligado a lo individual (mencionado por toda la prensa al hablar de *imagen personal* proyectada socialmente) y, por otro, el modelo de *imagen grupal* (Fuentes Rodríguez, 2013b, pp. 17–18) que nos hemos creado (o nos han elaborado) sobre su figura y la de la Corona como institución.

Es indudable que en todo este mecanismo de construcción de la imagen o identidad del personaje real, la prensa y buena parte de la llamada clase política y otros sectores del poder o “symbolic elites”, tal y como las denomina van Dijk (1989, p. 22; 1995, p. 12), han jugado un papel fundamental hasta ahora y ha apoyado sin fisuras, como se observa en los medios por mí consultados, la labor hecha por la institución de la Corona en España desde que esta fuera instaurada en 1975. Así lo reflejan algunos comentarios periodísticos (4–6):

- (4) Don Juan Carlos se jugó varias veces el tipo institucional tomando decisiones que consideraba necesarias y beneficiosas para el país aunque pudieran poner en riesgo su continuidad como jefe del Estado o la misma existencia de la Corona. [*El Mundo*, p. 4]
- (5) Su petición pública de disculpas honra a su Majestad ante los ciudadanos españoles, quienes tendrán motivos renovados para mantener su afecto por el Monarca y por la institución que representa. [*ABC*, editorial, p. 4]
- (6) Don Juan Carlos ha tenido entre sus muchas virtudes una que le ha distinguido y le ha convertido en la personalidad más valorada por los ciudadanos de nuestro país: su sintonía y cercanía con la gente. [*La Razón*, editorial p. 3,]

No puede entenderse hoy en día una prensa sin los políticos (y personajes públicos) y viceversa, en tanto en cuanto los medios de comunicación son uno de los grandes transmisores de las ideologías, de la imagen de los actores políticos y de los mensajes que estos quieren dar a conocer a la opinión pública (van Dijk, 1985 y 1998b; Mok y Tokunaga, 2009; Blas Arroyo, 2011; Sánchez García, 2012 y Fuentes Rodríguez, 2013a). En este sentido, señala Hidalgo Downing (2009, p. 129) que la construcción de la imagen del político (y desde luego, aunque sin serlo, extensible al rey) se lleva a cabo en tres dimensiones: primero, en el plano *político*, donde se elabora la imagen que de sí mismo se desea transmi-

tir y que se pondrá en escena; segundo, en la actitud de la *audiencia* que puede cuestionar o rechazar esa imagen; tercero, en la reacción de los *medios de comunicación* que son los encargados de captar el comportamiento social, las audiencias y todo lo que tenga que ver con los componentes del evento comunicativo. En este último estadio, la prensa se encargará de distribuir y difundir una imagen del personaje público. Gruber (1993, p. 3), siguiendo los postulados de Brown y Levinson ([1978] 1987, p. 61), dice que es crucial para la interacción humana llevar a cabo las actividades que sirven para salvaguardar la imagen, e incorpora el concepto de *imagen pública positiva* (“public positive face, PPF”), cuya diferencia de la *imagen positiva* (“positive face”) de Brown y Levinson radica en que los políticos tienen un estatus especial en sus respectivos países, desarrollan una vida pública y, por tanto, detrás de su imagen positiva está la imagen “pública” (PPF). Esta, según Pérez de Ayala (2001, p. 145)¹⁸, constituye un segundo nivel de la persona cuando accede a la vida pública, como es el caso de los políticos, deportistas de alto nivel, estrellas del cine y la televisión, jefes de Estado, etc.

Los periódicos analizados para esta investigación han puesto de relieve una actitud favorable a la recepción de las disculpas reales, lo que sin duda ha fomentado la cortesía ideológica, caracterizada por compartir similares presupuestos que están vinculados con temas políticos o con hechos que atañen a las instituciones del Estado, que responden a intereses de grupos de poder relacionados con el actual “establishment” y que tratan – aunque con diferentes formas en cuanto al grado de implicación en su retórica lingüística – de mantener, cuidar y preservar la imagen de las personas y organismos a los que apoyan¹⁹. Todos estos elementos pueden vincularse con lo que Pérez de Ayala (2001, p. 146) denomina *niveles de audiencia* (“levels of audience”); es decir, con aquellos aspectos relacionados con la recepción del mensaje/noticia y de cómo es percibido por los distintos “niveles” o “sectores” del marco comunicativo: políticos, periodistas, politólogos, la sociedad en general, la prensa internacional, etc. Podríamos indicar que estamos ante *actos corteses ideológicos de afiliación* que contrastan con su opuesto, el que López Martín (2013a, p. 66 y

¹⁸ Como polo opuesto, Pérez de Ayala (2001, p. 145) también define el concepto de *imagen pública negativa* (“public negative face, PNF”), entendida como el derecho a no sufrir imposiciones en la esfera/vida política.

¹⁹ Kaul de Marlangeon (2008, p. 730) señala, al referirse a las relaciones entre los interactuantes, que en las acciones de cortesía por parte del hablante es posible establecer una *macroestrategia de argumentación indirecta cortés* (“macrostrategy of polite indirect argumentation”), lo cual implica que se induce al auditorio a adherirse al enfoque defendido por el hablante, actitud que se percibe en los ejemplos de la prensa aquí analizada. Cf. también el conjunto de trabajos que sobre lo *políticamente correcto* aparece en Reutner y Schafroth (2012).

2013b, p. 212) denomina *descortesía ideológica*, encargada de “desprestigiar la imagen de aquella persona o grupo posicionados en un lugar ideológicamente contrario al hablante” (López Martín, 2013a, p. 66). Como estrategia general, siguiendo a van Dijk (2003, p. 103) en su análisis sobre el discurso político – el cual señala la polarización entre los actores participantes “dentro del grupo fuera del grupo” –, observo que las descripciones que hallamos en los textos periodísticos “nunca son neutrales, sino que ejercen funciones argumentativas, retóricas y semánticas en la expresión de opiniones y puntos de vista [...]” sobre el acto de las disculpas reales.

En mi corpus ningún periódico propone un cambio en la forma de Estado, aunque sí hacen distintas valoraciones a las críticas recibidas por la monarquía. En este contexto, debe ponerse de relieve que la irrupción de las nuevas redes de comunicación social han hecho que la protección a la imagen del rey y de su familia, de la que hasta ahora gozaban, haya desaparecido. En *El País*, *ABC* y *La Gaceta* se indican algunas de estas percepciones (7–8), en especial para las nuevas generaciones (8):

- (7) Los escándalos en torno a la Monarquía están cambiando las percepciones y actitudes de muchos ciudadanos hacia una institución sacralizada. [*El País*, p. 12]
- (8) Algo ha cambiado desde el sábado en España, el respeto casi reverencial y la contención con la que se hablaba del Monarca en este país parece haberse evaporado. Para las nuevas generaciones, desilusionadas y desesperadas por la falta de expectativas laborales y vitales, la generosidad de un Rey que recibió todos los poderes y los devolvió sin dudarle a su legítimo dueño, el pueblo soberano, es un episodio de la Historia. Ellos han nacido y vivido en libertad, no han sido testigos de los sacrificios del Rey o de sus padres. [*La Gaceta*, p. 2]

Prueba palpable de todo ello es la inabarcable información que aparece en Internet, y en general en toda la prensa digital, en la que la descortesía es un referente cada vez que se escribe sobre la Familia Real española (extensivo de igual forma a la clase política y a otros sectores de la sociedad). Pareciera que la descortesía – como indica Garcés Conejos Blitvich (2009), mencionada por Fuentes Rodríguez (2013c, p. 80) – se constituye en un rasgo definitorio propio de determinados sectores del periodismo, tal y como aparece a diario en foros, blogs, etc. A este respecto, dice Fuentes Rodríguez (2013d, pp. 199–200) que los comentarios en la prensa digital conforman un tipo de texto particular, dado que en los mismos es posible advertir diferentes modos discursivos, a la vez que se cruza lo oral y lo escrito, lo público y lo privado, además de lo informativo junto con lo subjetivo. En toda la información periodística que he analizado, no existen rasgos de descortesía, aunque sí pueden documentarse expresiones sarcásticas o irónicas, metáforas del accidente real o comparaciones con la clase política de la que el rey, con su gesto, se ha distanciado.

Las disculpas del monarca alimentaron las páginas de la prensa diaria con noticias de portada, editoriales, firmas de opinión, reportajes, columnas, viñetas, fotografías sobre la cacería, etc. Pero también tuvo un gran eco en las televisiones y radios con sus correspondientes tertulianos y las nuevas figuras nacidas al amparo de la necesidad de ganar audiencias, así como en los denominados “web talkback”, en las redes sociales “Twitter” o “Facebook” y en numerosos “talk shows” (conceptos tratados por Blas Arroyo, 2011, p. 49 y Kampf, 2011, p. 72). Todos los factores anteriores que tienen que ver con la difusión y control de la información muestran una doble perspectiva del tratamiento de la noticia y, por lo tanto, de la selección de las formas lingüísticas empleadas, de la intencionalidad de la misma y, en última instancia, de la posición ideológica de cada medio (van Dijk, 1985, 1995, 1998a, 1998b y 2008). Este contraste supone una notoria división entre la prensa en papel, las ediciones digitales y las que utilizan otros formatos en la red.

El conjunto de los periódicos reconoce en la actitud del rey que este se ha visto obligado a intentar recuperar su imagen. Según la teoría de Benoit (1995), cinco son las posibilidades que conforman la estrategia de la *restauración de la imagen* (“image restoration”): 1) la *negación/rechazo* del acto (“denial”); 2) *eludir la responsabilidad* (“evasion of responsibility”); 3) *disminuir/mitigar* la dimensión del mismo (“reducing offensiveness of event”); 4) *corregir acciones* (“corrective action”); 5) *mortificación* (“mortification”) (Zhang y Benoit, 2004, pp. 162–163 y Kampf, 2009b, p. 2258). El monarca echó mano de las estrategias (4) y (5) aunque, tal y como han observado algunos autores (Lakoff, 2000; Harris *et al.*, 2006 y Kampf, p. 2009b), las disculpas ofrecen siempre controversias y conflictos en el dominio público, como queda demostrado en este asunto. El propio Kampf (2009b, pp. 2257–2258) indica que “frequent realizations of the speech act in the global arena since the 1990s have turned apologies into a common device for image restoration as well as a legitimate tool for managing social relationships with others in the public sphere”. Y es evidente que no todo el mundo estuvo de acuerdo, ni con sus palabras ni con el hecho mismo de que se disculpara. No tenía por qué hacerlo y supuso una humillación para el jefe del Estado, manifestaron algunos (9–10):

- (9) Algunos creemos que más bien deberían haber sido otros los que hubieran tenido que pedir disculpas por lo dicho y escrito en los últimos días. [ABC, p. 21]
- (10) El Rey no tenía obligación moral o constitucional alguna de pedir perdón por un incidente ocurrido durante un viaje privado que además no costó un euro al erario público. [La Razón, p. 3]

La prensa estudiada analizó los costes y los beneficios de la actitud del rey para su imagen pública, sabedora de que no siempre una intervención de este tipo

reporta ventajas para quien genera la noticia (dado que se expone de nuevo a la opinión pública) o para lo que representa. Sin embargo, y a pesar de ello, se revaloriza la disculpa pues es una acción que potencialmente debe ayudar a poner de nuevo “las cosas en su lugar”, ya que una vez que son interpretadas como actos sinceros, configuran la imagen del transgresor como una persona responsable, sensible y que es capaz de reconocer sus deficiencias (Kampf, 2009b, p. 2259). Así parecen reflejarlo también los diarios estudiados, según puede verse en los siguientes comentarios (11–14):

- (11) Don Juan Carlos intenta frenar la crisis institucional con una disculpa histórica. [*El País*, portada]
- (12) [...] por eso se ha lanzado a recuperar cuanto antes su vieja sintonía. [*El Mundo*, p. 4]
- (13) Trascendiendo las dificultades físicas, el Monarca denota humildad y un punto de bochorno al ensayar la autocrítica. [*La Gaceta*, p. 12]
- (14) Pero el Rey no cayó en la trompa. Cayó en la trampa. En la suya propia. Y ahora, se ha levantado. Ha reaccionado con dignidad y cordura y ha pedido excusas. [*La Gaceta*, contraportada]

Como señala Kampf (2009b, pp. 2259–2260), el gran dilema de los personajes públicos es calibrar la rentabilidad de las disculpas para su propia imagen, en la cual cualquier tipo de respuesta puede tener consecuencias negativas, circunstancia que obliga a considerar dos hechos: i) decidir si lleva a cabo el acto de disculpa; y ii) en caso de que se realice el mismo, debe decantarse por la estrategia pragmática que le sea más favorecedora para sus intereses. En la del rey fue mostrarse en primer plano, solo y hacer una breve alocución de once palabras en las que evitó la ambigüedad, la evasión de su responsabilidad o un acto de habla que diera lugar al equívoco y, por tanto, a la (re)interpretación de sus palabras.

9 Las estrategias de (re)valorización de la imagen en la prensa española

Toda la prensa considerada valora positivamente la disculpa real. Los editoriales coinciden en hablar de “gesto sin precedentes”, “gesto que le honra” [*El País*, p. 26]; “gesto insólito que le honra” [*El Mundo*, p. 3]; “Su petición pública de disculpas honra a su Majestad ante los ciudadanos españoles”, “Las disculpas del Rey atendieron el sentimiento ciudadano” [*ABC*, p. 4]; “acontecimiento sin precedentes”, “grandeza del primero de los españoles” [*La Razón*, p. 3]; “gesto excepcional”, “gesto de humildad” [*La Gaceta*, p. 3]. La posición ideológica de cada empresa editora adopta una “actitud polarizada”, en palabras de van Dijk

(2005, p. 30), lo que supone rendir cuentas ante sus grupos endógenos (con valorizaciones positivas de lo *nuestro*) y exógenos (con categorizaciones negativas hacia el contrincante, *sus*). La “macroestrategia comunicativa global” (López Martín, 2010, p. 767) puesta en marcha por los periódicos estudiados cierra filas en torno al rey y a la Corona como institución válida para el país, a la par que valora, con diferentes grados, la reacción social y política. Una vez aceptadas las disculpas, los editoriales prefieren centrar la información en aspectos más relevantes para la nación (16–18) y dejar fuera del foco mediático el análisis de las opiniones más críticas del exogrupo ideológico (cf. más adelante, 48–53):

- (15) solo el populismo o el amarillismo periodístico permiten confundir la crítica [...] con un debate sobre el futuro de una Monarquía que protagonizó la devolución de las libertades y la soberanía al pueblo español [*El País*, p. 26]
- (16) Dice el viejo refrán castellano que hasta el mejor escribano echa un borrón. Por ello, lo mejor es dejar de lado este incidente y conceder al Rey el margen de confianza que se ha ganado a pulso durante 37 años. [*El Mundo*, p. 3]
- (17) Tal como está España, todos deseamos que el Rey vuelva pronto para ayudar al país a salir de esta profunda crisis económica y social, que es la que realmente pone en peligro el futuro de todos. [*La Gaceta*, p. 3]

9.1 Presencia de adjetivación laudatoria y estructuras afines

La revalorización de la figura del rey por parte de la prensa se dirige, así pues, a los logros alcanzados por Juan Carlos I en todos los años de su reinado, con lo cual el “percance real” o “accidente monárquico” [*La Gaceta*, p. 3] intenta ser minimizado por las disculpas con expresiones del tipo: “insólito gesto”, “honra su figura”, “honra al rey”, “papel positivo”, “rotundo mensaje”, “suficiente sentido común”, “confianza en su figura”, “dignidad de un monarca”, “sensibilidad demostrada”, “cercanía esencial de la Corona”, “sencillas palabras”, “llenar de dignidad y de humildad”, “valor incalculable”, “trascendencia histórica y política”, “honra a Su Majestad”, “hecho con naturalidad”, “pidió perdón por un acto hecho sin dolo”, “carisma de nuestro rey”, “gesto excepcional”, “engrandeció”, “emocionó”, “grandes virtudes en su intuición”, “sintonía y cercanía con la gente”, “zarandeo desproporcionado”... Todo ello constituye una *macroestructura semántica* cargada de términos valorativos positivos propios del endogrupo que participa de las mismas coordenadas ideológicas (van Dijk, 2006, p. 125). A este respecto, dice de nuevo van Dijk (2008, p. 222) que “se debería enfatizar que probablemente el mayor grado de significado en un discurso controlado por la ideología es la selección del significado de las palabras mediante la *lexicalización*”, tal y como vemos en todos los periódicos que recurren a similares expresiones de carácter positivo.

Como cabría esperar – dada su trayectoria ideológica –, el rotativo que dio mayor cobertura fue *ABC*, considerado el periódico monárquico por excelencia en España. Es el que mostró mejores resultados en la “escala semántica de recepción del perdón” y el que más utiliza, por encima de los otros, el tratamiento protocolario de “Su Majestad”. También aparecen en *La Gaceta* los siguientes ejemplos, en forma de vocativo en (18) y en la contraportada (19), con un evidente juego de cacofonías en las últimas palabras:

- (18) En este país, Majestad, pedir disculpas por algo es casi siempre ponerse a los pies de los caballos. [*La Gaceta*, p. 4]
- (19) El Rey ha pedido perdón. Bien. Es sencillo, aunque se trate de un gesto insólito en suma, en Su Majestad. [*La Gaceta*, contraportada]

ABC publica cinco cartas al director en las que sendos ciudadanos manifiestan su apoyo incondicional a la Corona con términos muy laudatorios: “mayestática figura”, “A España volvieron la calma, el sosiego y la esperanza”, “carisma de nuestro Monarca” (carta 1, titulada: “El carisma del Rey”, p. 16); “Sinceramente, me ha emocionado ¡Gracias Majestad!”, (carta 2, titulada “Tomen nota”, p. 16). La persona del rey se equipara con cualquier ser humano: “Desde aquí digo que el ser consciente de los errores propios y decirlo públicamente convierte a nuestro Rey en un ser humano, cercano, de carne y hueso, con sus errores, sus virtudes, sus equivocaciones y sus aciertos” (carta 3, titulada “Pedir perdón”, pp. 16–17); en otras ocasiones se critica a la clase política: “verborrea de nuestra clase política”, “mediocre clase política” (carta 3, titulada “Un gran gesto”, p. 16). Otros resaltan los valores de la Corona como símbolo de la unidad de España (alusión hecha por las tendencias separatistas de las regiones de Cataluña y el País Vasco) y consideran que “es la etapa del progreso, del avance, pero sobre todo la etapa de la unidad de todos [...]”, “El Rey, cuya eficacia y extraordinaria labor al frente del Estado...”, “ha sabido reinar con gran maestría [...]”, “[...] se ha ganado bien a pulso el afecto y el respeto de la mayoría del pueblo español” (carta 5, titulada “El valor de un reinado”, pp. 16–17).

La selección de estas cartas entronca con la línea ideológica del rotativo y establece, por tanto, una relación de afiliación entre los lectores y el medio, reforzando así su imagen con el apoyo de la interacción escrita (Fuentes Rodríguez, 2013d, p. 208). En la cortesía ideológica que muestra *ABC* interesa más la calidad y el apoyo de sus presupuestos que la cantidad y el volumen de sus comentarios. Ahora la publicación de las cartas laudatorias es lo esperable para los lectores de este medio, el cual evidencia un deseo de colaborar y mostrar una imagen de un periódico serio que no incluye descalificativos contrarios a lo que dictan las normas sociales, en línea con la defensa de sus ideales. Estamos ante lo que van Dijk (1999, pp. 126–129 y 2003, pp. 38–39) denomina *modelos contextuales* (“context

models”), los cuales controlan “many aspects of discourse processing and make sure that a discourse is socially *appropriate*”, como es el caso (van Dijk 2006, p. 121) y que suponen, por tanto, una representación de la ideología.

Del total de calificativos empleados por la prensa consultada, las voces más frecuentes son aquellas que hacen mención a la (re)valorización positiva de las disculpas reales. Así, los tres primeros sustantivos con más presencia son *gesto*, *perdón* y *político(s)*. Este último se utiliza como término antitético en favor de la imagen del rey, seguido de otras palabras que denotan cualidades positivas, como son la *humildad*, el *valor* y la *honra*. Frecuentes son también (acto) *histórico*, *polémica* y *error*.

9.2 El rey frente a la clase política: antítesis

En *ABC* se alaban la grandeza y altura de miras del monarca frente a la crítica velada en unos casos y directa en otros que se hace a la clase política, poco dada a actitudes de este calibre. La figura del rey aparece reforzada (antítesis) en contraposición a numerosos políticos que no dimiten, ni piden perdón, ni asumen responsabilidades políticas de ningún tipo por su gestión en la vida pública. “Deberían tomar nota”, parece colegirse, y aplicar las mismas estrategias en otros casos. Las referencias aparecen repartidas en todos los medios (20–25):

- (20) La sensibilidad demostrada por Don Juan Carlos contrasta con las enormes dificultades que todo ciudadano tendrá para hallar actitudes similares de humildad en la clase política española. [*ABC*, editorial, p. 4,]
- (21) [El presidente del gobierno] ha de emular al Rey y hacerlo cuanto antes. [*ABC*, p. 15]
- (22) [...] hace demasiado tiempo que en la escena pública española, atravesada de escándalos mayores, no se oía una disculpa tan explícita. [*ABC*, p. 15]
- (23) nadie ha pedido perdón ni por el latrocinio masivo ni por el abuso de poder. [*ABC*, p. 15]
- (24) dio la cara donde muchos se esconden o ponen todo tipo de excusas. [*La Razón*, p. 3]
- (25) En público el Rey no podía llegar a más. Es un acto de contrición insólito en la historia de su Reinado. Insólito en un país en el que nadie, pese a sus fechorías (las terribles de Zapatero sin ir más lejos) ha pedido nunca perdón. [*La Gaceta*, portada]

9.3 Efecto de la imagen real y la retórica monárquica

Los comentarios periodísticos apuntan una y otra vez al problema de la imagen que se ha suscitado con las voces críticas sobre el entorno monárquico. Así lo comenta *El País* (26–30):

- (26) [...] mala imagen de complejísima gestión. [*El País*, p. 8]
- (27) [...] estrategia de imagen. [*El País*, p. 8]
- (28) [...] problema de imagen del jefe del Estado. [*El País*, p. 8]
- (29) [...] recuperar la imagen. [*El País*, p. 8]
- (30) [...] salpican a la imagen de la Familia Real. [*El País*, p. 8]

En menor medida y con un tratamiento algo más distante de la defensa a ultranza de la “causa monárquica” – aunque sí en todos ellos dejando patente la utilidad y beneficios de la Corona para el país y los españoles – se sitúan *La Gaceta* (portada: “Por el bien de todos: excusa aceptada”), *El Mundo* y *El País*. En este último se habla de un “cambio de rumbo” (portada) y “gravedad de la situación en que se encontraba” [*El País*, pp. 8 y 12].

La visión del safari africano y los calificativos sobre el mismo llegan a rozar, en ocasiones, la hipérbole literario-periodística propia de estos casos, que se enmarca, además, en lo que podríamos denominar una *retórica monárquica* que incide en la restauración de la imagen (Zhang y Benoit, 2004, p. 164) y que tiene que ver también con el tipo de discurso empleado en la retórica política (Liebersohn *et al.*, 2004), tal y como muestro a continuación (31–39):

- (31) espinoso asunto. [*El País*, p. 8]
- (32) agónica semana del monarca. [*El País*, p. 12]
- (33) drama real. [*El Mundo*, p. 4]
- (34) marea de disgusto y desagrado. [*El Mundo*, p. 4]
- (35) Terremoto. [*El Mundo*, p. 4]
- (36) soberbia lección de anatomía democrática. [*ABC*, p. 5]
- (37) mayestática figura. [*ABC*, p. 16]
- (38) torrente de apoyos y elogios. [*ABC*, p. 18]
- (39) fieras hambrientas y populistas sobre la egregia presa. [*La Razón*, p. 14]

Se trata de un tipo de prosa que elogia, valora, exagera o critica a la institución y que recurre a la metáfora, a la ambigüedad semántica en muchos casos, a lo *políticamente correcto*. Todo ello enmarcado en un estilo que en muchas ocasiones se ve condicionado por los cánones y costumbres que dicta el protocolo real²⁰ (las llamadas normas de cortesía protocolarias), asunto que sería objeto de otro tipo de análisis e investigación en esta esfera.

²⁰ Muy comentado en la sociedad española fue el anuncio de separación matrimonial de la primera hija de los Reyes de España, acontecimiento que fue denominado por un portavoz del palacio de la Zarzuela como de “cese temporal de la convivencia matrimonial” (13/11/2007) que, finalmente, acabó en divorcio (25/11/2009). Estamos, en palabras de van Dijk (2005, p. 38 y 2003, pp. 67 y 108), ante una figura retórica muy conocida (*eufemismo*, expresión de la *ambigüedad* y de la *vaguedad*) que supone, en este caso, un movimiento semántico de mitigación ante el hecho de la “separación matrimonial”. Puede verse la noticia en: <http://www.abc.es/20091125/nacional-nacional/cese-temporal-convivencia-acaba-200911251913.html>. Sobre la *vaguedad* en

9.4 Las reacciones políticas: un decisivo apoyo al rey

Otro recurso más al que recurren los periódicos es el que se denomina la “reacción política”²¹ a las disculpas. Los líderes parlamentarios españoles consultados han opinado positivamente, en particular desde los dos grandes partidos PP y PSOE, que son, por otro lado, los que han tenido labores de gobierno en el ejecutivo central. En *El Mundo*, *ABC* y *La Razón* los términos empleados inciden de manera positiva en la revalorización de la figura real y de la Corona. Así, se “destaca” (40) y se recibe el “respaldo” (41) de la clase política. En (42) observamos el incremento positivo del gesto de apoyo con el uso adverbial “afortunadamente”, donde se resalta el hecho de “estar a la altura”, mostrar “prudencia”, “lealtad” y “apoyo”, a la vez que se juzga el hecho de estar en la “clave que correspondía”, adoptando una actitud de “moderación”, lo cual aleja a los dos grandes partidos (PP y PSOE) de una “polémica absurda”, explicación que implica una mitigación del daño cometido. Toda esta disertación se cierra con una gran apreciación por parte de *La Razón*: los “impagables servicios a España prestados por Don Juan Carlos [...]”, expresión que entra de lleno en la habitual retórica monárquica. El acceso a la esfera del discurso público es propio, como dice van Dijk (1995, p. 12), de los grupos o élites del poder que tienen a su disposición y alcance una amplia gama de los patrones discursivos y eventos comunicativos. Uno de esos grupos de poder es la llamada “clase política” (40–47):

- (40) Rajoy destaca la “claridad” del Monarca y reconoce su “mérito y dedicación” a España. [*El Mundo*, p. 5]
- (41) El Monarca recibe el respaldo de la clase política, que plantea zanjar la polémica. [*ABC*, p. 20]
- (42) Afortunadamente, los dos grandes partidos han estado a la altura y se han manejado en este asunto con prudencia y lealtad a la Corona. [*La Razón*, p. 3]
- (43) Jesús Posada: “El gesto de pedir disculpas demuestra lo que es Su Majestad”. [*La Razón*, p. 12]
- (44) Trinidad Jiménez: “Ha hecho bien en disculparse. El Rey ha captado el sentir de la sociedad”. [*La Razón*, p. 14]
- (45) Ana Mato: “Mi más profundo respeto; creo que le honra haber pedido disculpas”. [*La Razón*, p. 16]
- (46) Gregorio Peces Barba: “Ha mostrado su sentido común y su coherencia. No había más remedio”. [*La Razón*, p. 16]

el discurso político ha tratado Gruber (1993, p. 1), que la atribuye a los actos comunicativos como una estrategia que permite guiar nuestras acciones lingüísticas de forma específica.

²¹ Asunto ya tratado por Gruber (1993, pp. 17–22) cuando analizó la intervención televisada del presidente de la república austríaca, Rudolf Kirchschläger el 22 de abril de 1986.

- (47) Más allá de las disculpas del Rey, que han sido muy valoradas por los principales partidos políticos, lo que importa es saber si este traspie monárquico servirá para cambiar algunas actitudes [...]. [*La Gaceta*, p. 3]

Las críticas más severas, que aparecen en menor medida, recogen las voces discrepantes sobre el sentir generalizado, tal y como se ve en *La Razón* (48–52) y *La Gaceta* (53):

- (48) En el PSOE, el líder de los socialistas madrileños, Tomás Gómez, quiso buscar notoriedad en una actualidad informativa que normalmente le es esquiva y sugirió al Rey que abdicara. [*La Razón*, p. 10]
- (49) Nunca antes la Monarquía y la figura del Rey habían sido tan cuestionados. Tanto es así que desde IU, su secretario general, Cayo Lara, pedía un referéndum sobre la conveniencia o no de mantener la institución. [*La Razón*, pp. 10–11]
- (50) Joan Tardá (diputado de ERC): “Es cómplice (Juan Carlos I) de asesinatos de Estado. Les recuerdo las cinco penas de muerte. [*La Razón*, p. 14]
- (51) Txarli Prieto (S. general del PSOE de Álava): “La Casa Real falla más que una escopeta de tiro”. [*La Razón*, p. 14]
- (52) Josu Erkoreka (portavoz del PNV en el Congreso): “El Rey nos ha abochornado clarísimamente”. [*La Razón*, p. 14]
- (53) En todo caso, ni por un momento nos podemos alinear con republicanos estalinistas como Cayo Lara, o con jetas socialistas como Tomás Gómez. Esta Monarquía ha sido buena para España y seguirá siéndolo si el Rey de ayer es nuestro Rey; por tanto, debe rectificar errores a toda prisa y plantearse cuáles serán sus próximos (y buenos) pasos. [*La Gaceta*, portada]

9.5 El impacto visual de la noticia: las portadas

Como cabe suponer, el rey fue noticia de apertura en todas las radios y televisiones de España. Su imagen apareció en todos los medios impresos y digitales y se convirtió en *tema del momento* (“trendic topic”) ese día en Internet. También ocupó todas las primeras páginas de los periódicos editados en papel donde aparecía en unas fotografías saludando desde el coche que lo trasladaba al su residencia oficial [*La Razón*, *La Gaceta*, *El País*, *El Mundo*] y al salir de la habitación, momentos antes de pedir las disculpas [ABC]. Los rotativos de referencia utilizaron grandes caracteres ortotipográficos, dedicándole a la noticia la mayor parte del espacio disponible en las portadas, si bien en los faldones y en algún lateral se incluye otro tipo de información menos destacada. A continuación nuestro los sumarios:

Tabla 3: Titulares de portada y sumarios (19/04/2012)

<i>EL PAÍS</i>	Antetítulo: “Don Juan Carlos intenta frenar la crisis institucional con una disculpa histórica” [en color rojo] Gran titular de portada: “Lo siento mucho. Me he equivocado y no volverá a ocurrir”. Subtítulo: “Cambio de rumbo en la Casa del Rey para evitar los viajes secretos y los safaris de lujo”
<i>EL MUNDO</i>	Gran titular de portada: “Cuando reinar consiste en saber decir: «Lo siento»” Subtítulo: “Amplio respaldo de los partidos políticos a la petición de disculpas del Rey Don Juan Carlos: «Me he equivocado, no volverá a ocurrir»”
<i>ABC</i>	Gran titular de portada: “La humildad de un Rey” Subtítulo: “Don Juan Carlos pide disculpas a los españoles por su viaje: «Lo siento mucho, me he equivocado; no volverá a ocurrir»”
<i>LA RAZÓN</i>	Antetítulos y sumarios: “Don Felipe acordó con el Rey pedir disculpas”; “Gesto histórico: Don Juan Carlos pide perdón a los españoles ante la polémica desatada por su viaje a África”; “El Príncipe se muestra partidario de un estatuto que regule las funciones de la Familia Real” Gran titular de portada: “El valor de la monarquía” Subtítulo: “Encuesta NC Report”
<i>LA GACETA</i>	Antetítulo: “Lo siento mucho. Me he equivocado y no volverá a ocurrir” [en color rojo] Gran titular de portada: “Histórico perdón del Rey” Subtítulos: “Don Juan Carlos, que ayer recibió el alta, expresa su deseo de retomar cuanto antes su agenda”; “El juez archiva la causa contra Marichalar porque Froilán no le denunció tras el disparo fortuito”

Algunos recursos como la presentación de la estrategia general del tema, la reiteración de la noticia, el énfasis en su importancia, el empleo de adjetivos laudatorios (léxico positivo), el tamaño de los títulos en la noticia y las estructuras argumentativas son elementos que van Dijk (2006, pp. 125–126 y 2003, pp. 63 y 71) destaca como “expresiones de la ideología”.

10 Recapitulación y conclusión

Las disculpas constituyen actos de habla difíciles de analizar y categorizar por el amplio espectro que conllevan y por las funciones que pueden llegar a desarrollar (Bolívar, 2010a, p. 492). En el caso específico que he estudiado, está claro que la dimensión de la disculpa real recorre caminos muy diversos cuyos alcances pueden constatarse desde la esfera de lo personal, su grado de credibilidad, sus consecuencias políticas, la recepción y repercusión en el complejo mundo de los medios de comunicación, el impacto en la imagen del monarca y, por extensión, en otros miembros de su familia, hasta la proyección institucional y en la imagen de España, pues a fin de cuentas el acto ilocutivo fue ejecutado por el jefe del Estado. El medio elegido para disculparse ha sido

clave en la propagación de la intencionalidad de la acción y de su puesta en escena mediática, con evidentes consecuencias en el plano personal, institucional, periodístico y para intentar recuperar el apoyo social hacia la institución de la Corona. Junto a todos estos aspectos, habría que considerar otros que de forma colateral entran en el juego mediático y que son, hoy en día, elementos que se convierten en arquetipos recurrentes para la arena global de los medios: vida íntima y asuntos judiciales relacionados con algún miembro de la familia del rey. Tener en cuenta también estos hechos ayuda a entender la expectación creada en torno a las disculpas reales y de qué forma en España el asunto fue seguido por amplios sectores de la población, de la llamada clase política y ocupó durante días las principales portadas y noticias de los medios de comunicación.

La actividad *ilocutiva* protagonizada por el monarca español fue una acción que difícilmente puede separar al hombre del jefe del Estado. Ambos jugaron su papel para conseguir parar la crítica e intentar restaurar la imagen muy cuestionada. Habló la cabeza visible de un país democrático europeo, pero también lo hizo Juan Carlos de Borbón y Borbón, el hombre que se mostró arrepentido ante las cámaras de la televisión. Y este recurrió a una de las estrategias que sabía que podrían conectar más con la idiosincrasia y costumbres del pueblo español: ponerse al frente del problema y asumir en primera persona la responsabilidad de sus actos por el error cometido. De esta manera quiso que con su presencia se transmitiera un mayor grado de sinceridad, por encima del empleo de formas convencionales, que también las utilizó. Su actuación se convirtió en una estrategia argumentativa en tanto en cuanto perseguía unos fines y buscaba unas consecuencias en su auditorio, por el cual se sentía condicionado y determinado (Lo Cascio, 1998, p. 326; Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002; van Dijk, 2003, pp. 71–73). El perdón del monarca español conforma dentro de los actos de habla un tipo especial de arrepentimiento que está a caballo entre los mecanismos pragmático-discursivos del modelo de disculpa habitual en la lengua española y la circunstancia de la excepcionalidad del personaje y su *rol* institucional en el país en el que se enmarca. Por ello también sus palabras comparten algunas de las estrategias de las disculpas políticas, dadas las consecuencias del hecho: fue un asunto de noticia nacional con repercusiones en la prensa extranjera. Y como tal admite un análisis de todos los componentes del macrodiálogo (Bolívar, 2010a y 2011). Es el rey ante todos. Y seleccionó las frases que, posiblemente, más conectaban con los hábitos lingüísticos de los españoles: *Lo siento mucho. Me he equivocado y no volverá a ocurrir*. Es decir: aceptar la responsabilidad, reparar el daño y prometer que no sucederá más. Por lo tanto, debemos ver las disculpas del rey a caballo entre las formas interpersonales propias del español peninsular (como muestran Rojo, 2005, pp. 67 y 72 y Liu,

2012, p. 264) o canario (González-Cruz, 2012, pp. 553–554) o de otras variedades (Cordella 1990 para Chile; Almeida Monteiro *et al.*, 2008, pp. 606–607 para varios países hispanoamericanos a través del cine; Taylor, 1994, pp. 199–200 y Gómez, 2009, p. 44, para Colombia; Wagner, 2000, p. 50; Wagner y Roebuck, 2009, pp. 79–82 y 2010, p. 265 para el español de Cuernavaca (México) y la ciudad de Panamá, entre otros) y ante la representación mediática y el juego de *rol* propio de un acto (semi)institucional.

Esta investigación ha destacado la importancia que han jugado los medios de comunicación en todo este asunto y, en especial, la prensa diaria publicada al día siguiente de la declaración real. El resultado *perlocutivo* puesto en marcha con esta aparición tuvo un amplio reflejo en el mundo de la comunicación. Todos, sin excepción, calificaron de histórico, valiente, necesario y rotundo el acto de habla, por lo que fue considerado como oportuno. Cada uno – con mayor o menor cobertura informativa –, intentó situar el viaje real en su contexto, se hizo eco de la crítica social e intentó también transmitir una imagen positiva y apostó por apoyar al rey y a la institución de la Corona, una vez que se pidieron disculpas públicas. En este sentido, se ha puesto de relieve que los cinco periódicos recurrieron a lo que he planteado en este estudio como una actividad de cortesía ideológica que tuvo como objetivo primordial colaborar en beneficio de la restauración de la imagen personal e institucional del jefe del Estado. Si bien el perfil ideológico de los cinco periódicos no es homogéneo (y al menos dos de ellos podrían catalogarse como monárquicos: *ABC* y *La Razón*), lo cierto es que todos llevaron a cabo un despliegue informativo que propició una opinión favorable al rey, a la Corona y a la monarquía parlamentaria como forma de Estado. Las distintas estrategias utilizadas por cada empresa editora ponen de manifiesto la actividad cortés intencionadamente ideológica en este asunto. Esta actitud contrasta con numerosas herramientas de expresión propias de las redes sociales, donde la descortesía y el insulto son habituales. Esta otra vertiente de la imagen pública del rey, de su familia – y en general de toda la clase política española –, merecería un tratamiento más detallado que este artículo no ha podido ofrecer, dado que no era el objetivo del mismo. La prensa española adopta una actitud que podría denominarse de “afiliación por solidaridad” o “afiliación cultural” (en la propuesta de Bravo 1999 y 2004), con la figura del rey y, por extensión, con la monarquía parlamentaria como forma de Estado. Y esto contrasta, como se ha indicado en varios momentos del trabajo, con los comentarios, críticas y actividades de descortesía que se perciben en otros medios. De nuevo nos hallamos ante la disyuntiva de considerar en el análisis si lo que se está haciendo es una evaluación al “monarca” o a la “institución” que él representa y encarna, o a ¿ambos a la vez, dado que las dos figuras son inseparables? Parece que si nos situamos en el punto de vista de las

opiniones disidentes, las críticas apuntan más hacia la institución que a la propia persona real. Se salvaguarda, hasta cierto punto, la reacción humana, pero se pone en tela de juicio la pervivencia del sistema.

En estas páginas no se ha abordado en profundidad otro asunto clave en la percepción e interpretación de una disculpa: el grado de honestidad, sinceridad y cinismo de las mismas, temas que han estudiado Abadi (1990) y Kampf (2008 y 2009a) para la política israelí, Bolívar (2011) en el caso de las disculpas latinoamericanas o Gruber (1993) al utilizar el concepto de vaguedad en el lenguaje político. En efecto, el corpus contemplado no permite afirmar que el acto de habla del rey de España no haya sido sincero. Antes al contrario, toda la prensa elogia la valentía y la honestidad del monarca al pedir disculpas. Ahora bien, si se tienen en cuenta otras vías de información (en particular las redes sociales), las opiniones y comentarios varían considerablemente de los medios tradicionales aquí reunidos. Para llegar a conclusiones contrarias habría que partir de otro tipo de corpus y otras variables que pudieran demostrar una intencionalidad diferente a la que se ofreció a través de la alocución real. Un análisis contrastivo de ambas fuentes arrojaría datos interesantes de cómo fue la percepción de la disculpa.

El empleo de variados recursos lingüísticos, retóricos y estilísticos pone de manifiesto la importancia que tiene para la institución monárquica contar con el apoyo colectivo de los grandes medios de comunicación, algunos de los cuales han sido aquí tenidos en cuenta. La abundancia de adjetivos positivos empleados hacia la figura del rey, los esquemas comparativos con la clase política, la presencia de estrategias clásicas de la *laudatio*, la selección de comentarios y respuestas – generalmente favorables – de numerosos políticos del Parlamento español (además de los mecanismos ortotipográficos y fotográficos de las portadas, etc.), son algunos de los mecanismos que se advierten en las ediciones en papel de la prensa.

El asunto de las disculpas reales va más allá de una simple interpretación a la luz de la teoría de la cortesía ya que “es necesario observarlas en el desarrollo de los acontecimientos como un proceso discursivo en el diálogo político” (Bolívar, 2010a, p. 517). Espero que esta investigación haya contribuido a enmarcar las disculpas extraordinarias del rey de España en el proceso abierto de la era de las disculpas en las que parecen estar viviendo las sociedades modernas y democráticas en la actualidad con el apoyo imprescindible de los medios de comunicación. Lengua, prensa y poder van, una vez más, por caminos paralelos tras la senda ideológica y el interés compartido.

Referencias

- Abadi, A. (1990). The speech act of apology in political life. *Journal of Pragmatics* 4 (3), 467–487.
- Aijmer, K. (1996). *Conversational Routines in English: Convention and Creativity*. Essex: Longman.
- Almeida Monteiro, F. de, Santos Lopes, C. R. dos, y Rebollo Couto, L. (2008). Agradecimientos y disculpas en el cine iberoamericano. En A. Briz et al., (eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral. III Coloquio Internacional del Programa EDICE* (pp. 604–622). Valencia: Universitat de València.
- Álvarez, A., y Blondet, M. A. (2008). “Pero te traje algo para resarcirme”: la disculpa en una cultura de cortesía valorizante. En D. Bravo, N. Hernández Flores y A. Cordisco (eds.), *Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español* (pp. 297–320). Estocolmo-Buenos Aires: Dunken y EDICE.
- Barkan, E. (2000). *The Guilt of Nations: Restitution and Negotiating Historical Injustices*. Baltimore-London: John Hopkins University Press.
- Barros García, M.^a J. (2010). Actos de habla y cortesía valorativa: las invitaciones. *Tonos digital. Revista electrónica de estudios filológicos* XIX, julio.
- Barros García, M.^a J. (2011). *La cortesía valorizadora en la conversación coloquial española: estudio pragmalingüístico*. Granada: Universidad de Granada.
- Benoit, W. L. (1995). *Accounts, Excuse and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*. Albany: State University of New York Press.
- Blas Arroyo, J. L. (2003). “Perdóneme que se lo diga, pero vuelve usted a faltar a la verdad, señor González”: form and function of politic verbal behaviour in face-to-face Spanish political debates. *Discourse & Society* 14 (4), 395–423.
- Blas Arroyo, J. L. (2011). *Políticos en conflicto: una aproximación pragmático-discursiva al debate electoral cara a cara*. Bern: Peter Lang.
- Blum-Kulka, S. & Olshtain, E. (1984). Request and apologies: A cross-cultural study of speech-act realization patterns (CCSARP). *Applied Linguistics* 5 (3), 196–213.
- Blum-Kulka, S., House, J. & Kasper, G. (1989). Investigating Cross-cultural Pragmatics: An Introductory Overview. En S. Blum-Kulka, J. House & G. Kasper (eds.), *Cross-cultural Pragmatics: Requests and Apologies* (pp. 1–34). Norwood: Ablex.
- Bolívar, A. (2009). ¿Por qué no te callas?: los alcances de una frase en el (des)encuentro de dos mundos. *Discurso y Sociedad* 3 (2), 224–252.
- Bolívar, A. (2010a). Las disculpas en el discurso político latinoamericano. En F. Orletti y L. Mariottini (eds.), *(Des)cortesía en español. Ámbitos teóricos y metodológicos para su estudio* (pp. 491–520). Roma: Università degli Studi di Roma Tre y Programa EDICE.
- Bolívar, A. (2010b). ¿Por qué no te callas? La función de las interrupciones en el diálogo político. En I. Fonte Zarabozo y L. Rodríguez Alfano (comps.), *Perspectivas dialógicas en estudios del lenguaje* (pp. 299–336). México: Universidad de Nuevo León.
- Bolívar, A. (2011). La ocupación mediática del diálogo político: el caso de las disculpas. *Discurso y Sociedad* 5 (1), 41–70.
- Bolívar, A. (2012). Political apologies by heads of state in diplomatic conflicts: between sincerity and political cynicism. En S. Cantarini (ed.), *Dialogue: State of the Art. Studies in Memory of Sorin Stati* (pp. 89–104). Muenchen: Lincom.
- Bravo, D. (1999). ¿Imagen ‘positiva’ vs. imagen ‘negativa’? Pragmática sociocultural y componentes de *face*. *Oralia* 2, 155–184.

- Bravo, D. (2002). Actos asertivos y cortesía: Imagen del rol en el discurso de académicos argentinos. En M. E. Plasencia y D. Bravo (eds.), *Actos de habla y cortesía en español* (pp. 141–174). Muenchen: Lincom.
- Bravo, D. (2004). Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía. En D. Bravo y A. Briz (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 15–37). Barcelona: Ariel Lingüística.
- Bravo, D., y Briz, A. (eds.) (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel Lingüística.
- Brooks, R. L. (1999). The age of apology. En R. L. Brooks (ed), *When Sorry Isn't Enough: The Controversy over Apologies and Reparations for Human Injustice* (pp. 3–12). New York y London: New York University Press.
- Brown, P. & Levinson, S. (1978) (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burguera, J. G. (2010). La pragmática del acto de habla de disculpa en el debate parlamentario a partir del estudio del lexema 'perdón' y de sus derivados. *Español Actual* 93, 29–53.
- Casullo, M. M. (2005). La capacidad para perdonar desde una perspectiva psicológica. *Revista de Psicología de la PUCP* XXIII/1, 40–63.
- Cordella, A. (1990). Apologizing in Chilean Spanish and Australian English: A cross-cultural perspective. *Australian Review of Applied Linguistics Series* 7, 66–92.
- Cunningham, M. (1999). Saying Sorry: The Politics of Apology. *Political Quarterly* 70 (3): 285–293.
- Cunningham, M. (2004). Prisoners of the Japanese and the Politics of Apology: A Battle over History and Memory. *Journal of Contemporary History* 39 (4), 561–574.
- Escandell Vidal, M. V. (1995). Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas. *Revista Española de Lingüística* 25 (1), 31–66.
- Flores Salgado, E. (2012a). *The Pragmatics of Requests and Apologies*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
- Flores Salgado, E. (2012b). La imagen social en la selección de las expresiones de disculpa. En J. Escamilla Morales y G. Henry Vega (eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico* (pp. 214–245). Barranquilla: Universidad del Atlántico y Programa EDICE.
- Fuentes Rodríguez, C., y Alcaide, E. R. (2002). *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2010). Ideología e imagen: La ocultación en la prensa de la violencia o lo políticamente correcto. *Discurso y Sociedad* 4 (4), 853–892.
- Fuentes Rodríguez, C. (coord.) (2013a). *Imagen social y medios de comunicación*. Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2013b). Identidad e imagen social. En C. Fuentes Rodríguez (coord.), *Imagen social y medios de comunicación* (pp. 13–21). Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2013c). El género de opinión. Los blogs. En C. Fuentes Rodríguez (coord.), *Imagen social y medios de comunicación* (pp. 77–92). Madrid: Arco/Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2013d). Los comentarios en la prensa digital. En C. Fuentes Rodríguez (coord.), *Imagen social y medios de comunicación* (pp. 199–247). Madrid: Arco/Libros.
- Fraser, B. (1981). On apologizing. En F. Coulmas (ed.), *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech* (pp. 259–271). The Hague: Mouton de Gruyter.
- Garcés Conejos Blitvich, P. (2009). Impoliteness and identity in the American news media: The 'Culture Wars'. *Journal of Politeness Research* 5 (2), 273–304.

- Giannini Íñiguez, H. (2006). Una experiencia límite: la experiencia del perdón. *Estudios Públicos* 103, 5–16.
- Gibney, M., Howard-Hassmann, R. E., Coicaud, J.-M & Steiner, N. (eds.) (2008). *The Age of Apology. Facing Up to the Past*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Giffard, A. & Rivenburgh, N. K. (2000). News agencies, national images, and global media events. *Journalism Quarterly* 77, 8–21.
- Goffman, E. (1955). On face-work: An Analysis of Ritual Elements of Social Interaction. *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes* 18 (3), 213–231.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual. Essays on face-to-face behavior*. Nueva York: Doubleday Anchor Books.
- Gómez, T. (2009). Análisis sociopragmático del acto de habla de la disculpa colombiana. *Segundas lenguas e inmigración en red* 2, 38–59.
- González-Cruz, M.^a I. (2012). Apologizing in Spanish: a study of the strategies used by university students in Las Palmas de Gran Canaria. *Pragmatics* 22 (4), 543–565.
- Gruber, H. (1993). Political language and textual vagueness. *Pragmatics* 3 (1), 1–28.
- Hargie, O., Stapleton, K. & Tourish, D. (2010). Interpretations of CEO public apologies for the banking crisis: attributions of blame and avoidance of responsibility. *Organization* 17 (6), 721–742.
- Harris, S., Grainger, K. & Mullany, L. (2006). The pragmatics of political apologies. *Discourse & Society* 17 (6), 715–737.
- Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal. Estudio pragmlingüístico*. Madrid: Gredos.
- Haverkate, H. (2004). El análisis de la cortesía comunicativa: categorización pragmlingüística de la cultura española. En D. Bravo y A. Briz (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 55–65). Barcelona: Ariel Lingüística.
- Hernández Flores, N. (2002). *La cortesía en la conversación española en familiares y amigos. La búsqueda de equilibrio entre la imagen del hablante y la imagen del destinatario*. Aalborg, Dinamarca: Universidad de Aalborg.
- Hidalgo Downing, R. (2009). La gestión de la imagen del político en la interacción cara a cara con el ciudadano. *Español Actual* 92, 123–158.
- Holmes, J. (1998). Apologies in New Zealand English. En J. Cheshire & P. Trudgill (eds.), *The Sociolinguistics Reader: Gender and Discourse*, vol. 2 (pp. 201–239). London: Arnold.
- Jucker, A. H. & Taavitsainen, I. (2008). Apologies in the history of English. Routinized and lexicalized expressions of responsibility and regret. En A. H. Jucker & I. Taavitsainen (eds.), *Speech Acts in the History of English* (pp. 229–244). Amsterdam: John Benjamins.
- Kampf, Z. (2008). The pragmatics of forgiveness: judgments of apologies in the Israel political arena. *Discourse & Society* 19, 577–598.
- Kampf, Z. (2009a). The age of apology. Evidence from the Israeli public discourse. *Social Semiotics* 19 (3), 257–273.
- Kampf, Z. (2009b). Public (non-) apologies: The discourse of minimizing responsibility. *Journal of Pragmatics* 41 (11), 2257–2270.
- Kampf, Z. (2011). Journalist as actors in dramas of apology. *Journalism* 12, 71–87.
- Kampf, Z. & Löwenheim, N. (2012). Rituals of apology in the global arena. *Security Dialogue* 3 (1), 43–60.
- Kaul de Marlangeon, S. (2008). Impoliteness in institutional and non-institutional contexts. *Pragmatics*, 18 (4), 729–749.
- Kunczik, M. (1997). *Images of nations and international public relations*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lacey, R. (2002). *Monarch. The life and reign of Elizabeth II*. Nueva York: Free Press.

- La Porte, P. (2012). La práctica internacional de las disculpas de estado: España, Marruecos y el Rif en el centenario del protectorado (1912–2012). *REEI: Revista Electrónica de Estudios Internacionales* 24, 18 págs.
- Lakoff, R. T. (2000). *The Language of War*. Berkeley, California: University of California Press.
- Lakoff, R. T. (2003). Nine ways of looking at apologies: The necessity for interdisciplinary theory and method in discourse analysis. En D. Schiffrin, D. Tannen & H. Hamilton (eds.) *Handbook of Discourse Analysis* (pp. 199–214). Londres: Blackwell.
- Liebersohn, Y. Z., Neuman, Y. & Bekerman, Z. (2004). Oh baby, it's hard for me to say I'm sorry: public apologetic speech and cultural rhetorical resources. *Journal of Pragmatics* 36, 921–944.
- Liu, T. Y. (2012). Contraste pragmalingüístico de las expresiones de disculpa entre el español y el chino. *Pragmalingüística* 20, 255–278.
- Lo Cascio, V. (1998). *Gramática de la argumentación*. Madrid: Alianza Universidad.
- López Martín, J. M. (2010). Radio e ideología: la ridiculización a través del lenguaje. *Discurso & Sociedad* 4 (4), 763–791.
- López Martín, J. M. (2013a). La construcción de una imagen violenta en el locutor radiofónico: la expresión de la ideología. En C. Fuentes Rodríguez (coord.) *Imagen social y medios de comunicación* (pp. 53–75). Madrid: Arco/Libros.
- López Martín, J. M. (2013b). El insulto como estrategia de descortesía extrema en un nuevo formato audiovisual: la radio televisada. En C. Fuentes Rodríguez (coord.), *(Des)cortesía para el espectador: estudios de pragmática variacionista* (pp. 211–231). Madrid: Arco/Libros.
- Malley-Morrison, K., Mercurio, A. & Twose, G. (eds.) (2013). *International Handbook of Peace and Reconciliation*. New York: Springer.
- Marfil, J. P. (2011). Perdón y discurso político. *Campaigns & Elections*, julio, 29–32.
- Márquez Reiter, R. (2000). *Linguistic politeness in Britain and Uruguay: A contrastive analysis of request and apologies*. Amsterdam: John Benjamins.
- Metts, S. & Grohskopf, E. (2003). Impression Management: Goals, Strategies and Skills. En J. Greene & B. Burlison (eds.), *Handbook of Communication and Social Interaction Skills* (pp. 357–401). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Meier, A. J. (1998). Apologies: What do we know? *International Journal of Applied Linguistics* 8 (2), 215–231.
- Meier, A. J. (2004). Conflict and the Power of Apologies. *Philologie in Netz* 30 (1), 1–17.
- Mokk, J. & Tokunaga, M. (2009). A cross cultural apology episode of a diplomatic repair. A study into Japan's former Prime Minister Koizumi's official apology in April 2005. *Journal of Language and Politics* 8 (1), 72–9.
- Mills, S. (2003). *Gender and Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nobles, M. (2008). *The Politics of Official Apologies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Olshtain, E. & Cohen, A. (1983). Apology: a speech act set. En N. Wolfson & E. Judd (eds.), *Sociolinguistic and Language Acquisition* (pp. 18–36). Massachusetts: Rowley.
- Páez, D. (2010). Official or political apologies and improvement of intergroup relations: A neo-Durkheimian approach to official apologies as rituals. *Revista de Psicología Social* 25 (1), 101–115.
- Pérez de Ayala, S. (2001). FTAs and Erskine May: Conflicting needs? – Politeness in Question Time. *Journal of Pragmatics* 33 (2), 143–169.
- Reutner, U., y Schafroth, E. (eds.) (2012). *Aspectos políticos, sociales, literarios y mediáticos de la censura lingüística*. Bern: Peter Lang.
- Rojo, L. (2005). “Te quería comentar un problemilla...” The speech act of apologies in Peninsular Spanish: A pilot study. *Hipertexto* 1, 63–80.

- Sánchez García, F. J. (2012). *Retórica parlamentaria española*. Madrid: Síntesis.
- Schumann, K. & Ross, M. (2007). The Antecedents, Nature, and Effectiveness of Political Apologies for Historical Injustices. En D. R. Bobocel, A. C. Kay, M. P. Zanna y J. M. Olson (eds.), *The Psychology of Justice and Legitimacy: The Ontario Symposium* (pp. 299–324), volume 11. New York-London: Psychology Press.
- Searle, J. (1969). *Speech acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, J. (1991). ¿Qué es un acto de habla? En L. Ll. Valdés Villanueva (ed.), *La búsqueda del significado* (pp. 431–448). Murcia: Tecnos.
- Siebold, K. (2008). *Actos de habla y cortesía verbal en español y en alemán: estudio pragma-lingüístico e intercultural*. Bern: Peter Lang.
- Tavuchis, N. (1991). *Mea Culpa: a Sociology of Apology and Reconciliation*. Stanford: Stanford University Press.
- Taylor, G. (1994). Pedidos de disculpas en chino mandarín y español colombiano. En M.^a E. Plasencia y C. García (eds.), *Pragmática y comunicación intercultural en el mundo hispanohablante* (pp. 187–207). Amsterdam: Rodopi.
- Trosborg, A. (1987). Apology strategies in natives/non-natives. *Journal of Pragmatics* 11 (2), 147–167.
- Van Dijk, T. A. (1985). Structures of news in Press. En T. A. van Dijk (ed.), *Discourse and Communication* (pp. 69–93). Berlin: De Gruyter.
- Van Dijk, T. A. (1989). Structures of Discourse and Structure of Power. En J. A. Anderson (ed.), *Communication Yearbook 12* (pp. 18–59). New Park, CA: Sage.
- Van Dijk, T. A. (1995). Power and the News Media. En D. Paletz (ed.), *Political Communication and Action* (pp. 9–36). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Van Dijk, T. A. (1998a). *Ideology. A Multidisciplinary Approach*. London: SABE Publications.
- Van Dijk, T. A. (1998b). Opinions and ideologies in the Press. En A. Bell & P. Garret (eds.), *Approaches to Media Discourse* (pp. 21–63). Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T. A. (1999). Context models in discourse processing. En H. van Oostendorp & R. Susan Goldman (eds.), *The construction of mental representation during reading* (pp. 123–148). Mahwah, NJ, USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van Dijk, T. A. (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.
- Van Dijk, T. A. (2005). Política, ideología y discurso. *Quórum Académico* 2 (2), 15–47.
- Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies* 11 (2), 115–140.
- Van Dijk, T. A. (2008). Semántica del discurso e ideología. *Discurso & Sociedad* 2 (2), 201–261.
- Wagner, L. (2000). Toward a Characterization of Apologies in Mexican Spanish: The role of Gender in Strategy Selection and Performance. *Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey* 9, 37–53.
- Wagner, L. C. & Roebuck, R. (2009). Strategy Complexity and Order In the Evaluation of Apology Strength Values in Mexican Spanish. *Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey* 26, 67–87.
- Wagner, L. C. & Roebuck, R. (2010). Apologizing in Cuernavaca, Mexico and Panama City, Panama. A cross-cultural comparison of positive- and negative-politeness strategies. *Spanish in Context* 7 (2), 254–278.
- Watts, R. J. (1989a). Relevance and relational work: Linguistic politeness as politic behavior. *Multilingua – Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication* 8 (2–3), 131–166.
- Watts, R. J. (1989b). Taking the pitcher to the ‘well’: Native speakers’ perceptions of their use of discourse markers in conversation. *Journal of Pragmatics* 13 (2), 203–237.

- Watts, R. J. (1992). Linguistic politeness and politic verbal behaviour: Reconsidering claims for universality. En R. J. Watts, S. Ide & K. Ehlich (eds.), *Politeness in Language: Studies in its History, Theory and Practice* (pp. 43–69). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Wierzbicka, A. (1991). *Cross-cultural pragmatics. The Semantics of Human Interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Zhang, J. & Benoit, W. L. (2004). Message strategies of Saudi Arabia's image restoration campaign after 9/11. *Public Relations Review* 30, 161–167.

Javier Medina López es profesor titular de lengua española en la Universidad de La Laguna (Tenerife, España). Trabaja habitualmente en campos como la sociolingüística (formas de tratamiento), dialectología sincrónica y diacrónica (español de Canarias y América), así como en (des)cortesía del español. Ha publicado los libros *Formas de tratamiento en Canarias: habla juvenil*, Tenerife (1991), *Sociolingüística del tratamiento en una comunidad rural (Buenavista del Norte. Tenerife)*, Tenerife (1993), *El español de América y Canarias desde una perspectiva histórica*, Madrid (1995), *El español de Canarias hoy: análisis y perspectivas*, Madrid-Frankfurt (1996), *Documentos para la historia lingüística de Canarias. I: Noticias de la isla de San Borondón*, Tenerife (1997), estos dos últimos como coeditor; *Lenguas en contacto*, Madrid (1997), *El anglicismo en el español actual*, Madrid (1998), *Historia de la lengua española I. Español medieval*, Madrid, (1999) y *El español de Canarias en su dimensión atlántica. (Aspectos históricos y lingüísticos)*, Valencia (1999). Es coeditor de *Nuevas Aportaciones a la Historiografía Lingüística. Actas del IV Congreso Internacional de la SEHL* (2004) y *Lexicografía hispánica del siglo XXI: nuevos proyectos y perspectivas. Homenaje al Profesor Cristóbal Corrales Zumbado* (2012). Asimismo, es autor de numerosos artículos relacionados con sus áreas de investigación que han sido publicados en actas de congresos y revistas especializadas tanto nacionales como internacionales.

Javier Medina López is Professor of Spanish at the University of La Laguna (Tenerife, Spain). He usually works in the fields of sociolinguistics (treatment forms), synchronic and diachronic dialectology (Canarias and American Spanish), as well as (im)politeness in Spanish. He has published the books *Formas de tratamiento en Canarias: habla juvenil*, Tenerife (1991), *Sociolingüística del tratamiento en una comunidad rural (Buenavista del Norte. Tenerife)*, Tenerife (1993), *El español de América y Canarias desde una perspectiva histórica*, Madrid (1995), *El español de Canarias hoy: análisis y perspectivas*, Madrid-Frankfurt (1996), *Documentos para la historia lingüística de Canarias. I: Noticias de la isla de San Borondón*, Tenerife (1997), these two as coeditor; *Lenguas en contacto*, Madrid (1997), *El anglicismo en el español actual*, Madrid (1998), *Historia de la lengua española I. Español medieval*, Madrid, (1999) and *El español de Canarias en su dimensión atlántica. (Aspectos históricos y lingüísticos)*, Valencia (1999). He is coeditor of *Nuevas Aportaciones a la Historiografía Lingüística. Actas del IV Congreso Internacional de la SEHL* (2004) and *Lexicografía hispánica del siglo XXI: nuevos proyectos y perspectivas. Homenaje al Profesor Cristóbal Corrales Zumbado* (2012). Also, Javier Medina López is author of numerous papers related to his areas of research published in national and international proceedings and scholarly journals.