

La escritura persuasiva en la prensa malagueña del siglo XIX: del caso del *Diario Mercantil de Málaga*¹²

Persuasive Writing in the Nineteenth-Century Malaga Press:
the Case of *Diario Mercantil de Málaga*

SALVADOR PELÁEZ SANTAMARÍA

Universidad de Málaga

España

spelaez@uma.es

Recibido: 30:09:2023;
aceptado: 03:03:2024

Resumen. En todo acto comunicativo se hace necesario un uso estratégico de los recursos lingüísticos, es decir, una retórica del discurso: nadie habla por hablar, ni escribe por escribir. Usamos el lenguaje para comunicar nuestras ideas, pensamientos y sueños, y en la medida de lo posible, persuadir a los que nos rodean. Producimos actos de habla que convencen a nuestros conciudadanos con la intención de imponer nuestros puntos de vista, para que se formen de nosotros sobre determinadas circunstancias o para que se hagan con aquello que le interese al emisor del texto. En el presente artículo realizamos una descripción y comentario de los usos lingüísticos usados para persuadir a los receptores de los mismos, utilizados en una muestra de textos de distinta índole pertenecientes al *Diario Mercantil de Málaga*, uno de los periódicos de referencia de la prensa malagueña del siglo XIX. Para llevar a cabo una adecuada contextualización del trabajo, analizamos el estado de la cuestión de la escritura persuasiva, sus objetivos y principales mecanismos lingüísticos, ejemplificados en dicho diario decimonónico, no sin antes realizar una aproximación a la situación de la prensa del siglo XIX en Málaga.

Finalmente, detallamos las conclusiones obtenidas tras los objetivos marcados para este trabajo.

Palabras clave: cambio lingüístico; español; lengua escrita; morfología; persuasión; prensa escrita.

Abstract. In all communicative acts, strategic use of linguistic resources is necessary, that is to say, a rhetoric of discourse: no one speaks for the sake of speaking, nor writes for the sake of writing. We use language to communicate our ideas, thoughts and dreams and, as far as possible, to persuade those around us. We produce speech acts that persuade our fellow citizens with the intention of imposing our points of view, so that they form the same opinion as we do about certain circumstances, or so that they grasp what interests the emitter of the text. In this article we aim to describe and comment on the linguistic uses seen in a sample of persuasive texts of different types, taken from *Diario Mercantil*, one of Málaga's leading newspapers in the 19th century. In order to provide an adequate contextualisation of the work, we analyse the state of the art of persuasive writing, its

¹ Para citar este artículo: Peláez Santamaría, Salvador. (2024). La escritura persuasiva en la prensa malagueña del siglo XIX: el caso del *Diario Mercantil de Málaga*. *Alabe*, nº extraordinario (2), 137-152. <https://doi.org/10.25115/alabe2.9861>

² El presente trabajo se ha realizado en el marco del Proyecto Lengua, Cultura y Sociedad en la Málaga del siglo XIX (CODE-MA-19, UMA-20, FEDERTA-123) y el grupo de Investigación HUM-558, de la Universidad de Málaga, cuya investigadora principal es la catedrática Sara Robles Avila.

objectives and main linguistic mechanisms, as exemplified in this academic newspaper, as well as taking a closer look at the state of the 19th century press in Málaga. Finally, we

detail the conclusions drawn in accordance with the objectives set for this work.

Keywords: *copywriting; language change; local press; morphology; Spanish language; written language.*

1. Introducción

La prensa española del siglo XIX se convirtió en un espacio fundamental para la difusión de ideas y la formación de la opinión pública en distintos ámbitos. En este periodo se sucedieron hechos muy significativos en todo el mundo, tales como revoluciones políticas, sociales o las guerras napoleónicas. En el contexto de España, además de estos sucesos, la guerra de la Independencia, las guerras carlistas o la Revolución de 1868 protagonizaron la vida política y social, y como no podía ser de otra manera, fueron episodios que impactaron profundamente en la prensa y en la escritura persuasiva de la época, a través de discursos vehementes y, muy a menudo, partidistas, tal y como apunta Smith (2017). Estudios muy diversos como los de Martínez (2012) o López (2018) han examinado cómo la escritura persuasiva, con la retórica como aliada, influyó en la percepción y la participación política de la sociedad de la época, además de servir de intermediarios entre las élites políticas y el público general.

Por este motivo, una línea de investigación muy interesante es aquella que se centra en las estrategias retóricas y estilísticas utilizadas por los periodistas y escritores del siglo XIX para persuadir a sus lectores. Entre estas, tal y como analiza Johnson (2015), se encuentran el uso de la metáfora política, la sátira, la persuasión emocional y la construcción de identidades discursivas. Según García (2010), estas estrategias varían según el contexto político y el enfoque editorial de los periódicos, y han sido objeto de un análisis minucioso en la literatura académica.

Este artículo se propone explorar y analizar la escritura persuasiva en la prensa malagueña del siglo XIX, desde una perspectiva descriptiva. Para ello, nos adentraremos en el estudio de las estrategias retóricas y morfosintácticas más destacables empleadas en uno de los diarios referente de la época, el *Diario Mercantil de Málaga*, ya que junto a *El Avisador Malagueño* (más centrado en la publicidad), es el diario que más tiempo se estuvo publicando en Málaga. Examinaremos cómo la persuasión se manifiesta en sus artículos de opinión, con la finalidad de modular las creencias y actitudes de la sociedad malagueña de entonces, siempre siendo conscientes de que la diferencia entre información y opinión nunca es del todo nítida en los escritos periodísticos, pues los géneros discursivos usados por la prensa escrita, en su gran mayoría, se complementan entre sí, como bien afirma Moreno (2003).

Para contextualizar adecuadamente este trabajo, comenzaremos con una descripción del mundo de la prensa escrita del siglo XIX en Málaga, las semejanzas y particularidades con respecto al resto de la prensa nacional, particularizando en el *Diario Mercantil*

de Málaga. A continuación, analizaremos el estado de la cuestión sobre la escritura persuasiva y continuaremos con las características de este tipo de discurso. Seguidamente, analizaremos los recursos usados por el *Diario Mercantil de Málaga* para la persuasión, desde el punto de vista de la atracción del receptor y desde el punto de vista de la credibilidad del autor, contextualizando los recursos lingüísticos con las muestras obtenidas de los ejemplares utilizados. Cada ejemplo está referenciado con las siglas del periódico, el número del ejemplar y la fecha de publicación.

Para el análisis de los rasgos, hemos usado como base documental los 8 ejemplares completos de los que disponemos de dicho periódico. Estos se encuentran digitalizados en el Archivo Municipal de Málaga, y de cada uno de los números analizados hemos hecho una triple presentación: paleográfica, normalizada y facsímil, con la finalidad de contar con un corpus anotado a través de la marcación TEI (Isasi *et al.*: 2022). Los ejemplos de este trabajo están basados en la edición paleográfica, con algunas modificaciones más propias de la edición normalizada para una mejor comprensión de los mismos.

En última instancia, este artículo tiene como objetivo arrojar luz sobre la importancia de la escritura persuasiva en la configuración de la opinión pública decimonónica en la ciudad de Málaga, subrayando su relevancia en un periodo de profundos cambios políticos, económicos y sociales. Para comprender mejor las estrategias persuasivas empleadas en la prensa de entonces, podemos obtener una visión más completa de la dinámica comunicativa y, por tanto, acercarnos al conocimiento del español del siglo XIX, que no ha sido objeto de estudios significativos hasta principios de la presente centuria, como muestran los trabajos de Ramírez (2012), Carpi y García (2017), Gaviño (2018, 2019, 2021 y 2022) o Carrasco (2022), entre otros.

2. La prensa malagueña en el siglo XIX: El *Diario Mercantil de Málaga*

La prensa malagueña en el siglo XIX compartió muchas características con la de otras regiones y de la época, pero también tuvo sus particularidades derivadas del contexto social, económico y político de la ciudad, tal y como se desprende de los estudios realizados por Arcas (1990), García (2005), Rubia (2020), Fernández-Sanguino (2017) o González (2017), entre otros. Al igual que en otras partes de España, la prensa malagueña de la época reflejaba una gran diversidad de ideologías políticas y, como consecuencia, se publicaban periódicos y revistas que representaban una amplia gama de opiniones, desde liberales hasta absolutistas, pasando por republicanos y conservadores. La censura y el control gubernamental también jugó un papel importante en el contexto periodístico local, que no estuvo exento de estos fenómenos y, en ocasiones, los periódicos tuvieron que lidiar con restricciones a la libertad de expresión e incluso se vieron forzados a cerrar, como le sucedió a *El Diluvio*, por citar un ejemplo. A pesar de dichas trabas, la prensa malagueña no cesó en su desempeño en la formación de la opinión pública y se convirtió en una fuente crucial de información para los ciudadanos y tuvieron un impacto significativo en la opinión y el comportamiento político, además

de dar cobertura a los eventos locales, festivales, actividades culturales de interés, sin olvidar los nacionales e internacionales, brindando a los lectores una visión más amplia del mundo. No podemos dejar de destacar el apoyo a la modernización, el progreso y la tecnología: muchos periódicos malagueños abogaron por la modernización de la ciudad y de la región, promoviendo la inversión en infraestructuras y la mejora de las condiciones de vida. Pero no solo lucharon por el desarrollo de la ciudad, también destacaron, a nivel nacional, por introducir cambios en el formato y la tecnología de la impresión, adoptando nuevas técnicas que permitieron una producción más eficiente y una mayor circulación de periódicos.

Estas y otras características reflejan la importancia y la influencia de la prensa en Málaga durante el siglo XIX, tanto en términos de información y opinión, como en su papel en la configuración de la vida política, económica y cultural de la ciudad y la región.

2.1. El *Diario Mercantil de Málaga*

Durante el siglo XIX Málaga tuvo varios periódicos y revistas en competencia, lo que contribuyó a una gran diversidad de opiniones y favoreció la calidad periodística. Entre esta diversidad destacó sobre manera el *Diario Mercantil de Málaga*. Esta cabecera surgió en 1866 como un periódico de orientación liberal, inicialmente marcado por un tono conciliador. A lo largo de sus veinticinco años de existencia, experimentó una evolución en su contenido editorial. Inicialmente moderado, con el tiempo adoptó una postura más crítica y radical en sus artículos, ganándose la animadversión de parte de la sociedad burguesa malagueña, hasta provocar su cierre en el año 1891.

3. La escritura persuasiva (argumentativa): el estado de la cuestión

Lo primero que se nos plantea al tratar de analizar la situación en la que se encuentran los estudios referidos a este tipo de discurso es poder delimitar, o poner de manifiesto, aquellos matices que hacen que un texto sea visto desde la óptica de la argumentación o de la persuasión, partiendo de la base de que ambas modalidades tienen un objetivo común: convencer al lector para que elija una determinada postura o realice una acción específica.

Según el *Diccionario de la Lengua Española* de la RAE, por argumento debemos entender el ‘razonamiento para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o niega’ (*DLE*: 23^a. s. v.) y por persuadir, ‘inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo’ (*DLE*: 23^a. s. v.). Como podemos apreciar, las diferencias de ambos términos son mínimas.

La argumentación, concebida como la actividad discursiva fundamental, busca el acercamiento del lector a una tesis mediante la presentación de razones o argumentos, lo cual implica el posicionamiento frente a un tema. Por ende, se trata de una actividad intrínsecamente vinculada al contexto, que determina la manera en que debe

fomentarse dicha adhesión. Existen numerosas definiciones en torno a este concepto, y su diversidad se relaciona con la variedad de disciplinas que han abordado su estudio, dejando su marca en las distinciones proporcionadas. Según Plantin (1998), la argumentación se manifiesta cuando surge una oposición discursiva en forma de pregunta o cuestión polémica, es decir, la confrontación entre un discurso y un contra-discurso. Esta discrepancia se plantea en términos dialógicos de oposición de voces (proponente/oponente), ya sea presentes o no en la situación inmediata, y se desarrolla a partir de un esquema que incluye, como mínimo, una tesis y un conjunto de argumentos, como lo sostuvo Toulmin (2007), que pueden presentarse de manera progresiva (desde los datos hasta la conclusión) o regresiva (de la conclusión a los datos) (cf. Adam 1992: 115).

Cuenca (1995: 25) sostiene que la argumentación tiene dos características fundamentales: la estructura retórica y lógica (confrontación de argumentos y contraargumentos para llegar a una conclusión) y el carácter dialógico (relación dialéctica entre un emisor y un receptor). Este tipo de escritura se puede entender, además, como una macrofunción que, a su vez, incorpora las tres funciones básicas definidas por Bühler: la expresiva (presentación de la opinión del emisor), la apelativa (influencia sobre el receptor) y la representativa (habla del mundo) (cf. Cuenca 1995: 23, Adam 1992: 103).

Independientemente de la perspectiva de análisis adoptada, lo que resulta incuestionable es que la argumentación, como característica inherente al discurso humano, se manifiesta a través de marcas lingüísticas y discursivas concretas (Cuenca 1995: 24).

Por su parte, el texto persuasivo se erige como una forma de comunicación escrita cuyo propósito es convencer e influenciar a los lectores, induciéndolos a aceptar una idea específica o adoptar una opinión, con el fin último de inspirarlos a emprender una acción o tomar una posición frente a una situación (Guillain: 2016). Una amplia variedad de textos escritos recurre a dichas técnicas para ejercer influencia sobre los interlocutores, y entre estos, se incluyen ensayos críticos, reseñas, artículos académicos, propuestas comerciales, escritos políticos, propagandísticos y artículos periodísticos, como es el caso que nos ocupa en este trabajo (Isma: 2020). En esencia, se configura como un género donde el emisor emplea argumentos lógicos, selecciona con cuidado las palabras y frases y se fundamenta en las emociones y percepciones, para modificar la percepción del lector respecto al mensaje y las ideas del autor (Frederick: 2012).

Por tanto, puestos a matizar la línea divisoria entre ambos tipos de escrituras, podemos señalar que la argumentativa se vale de conclusiones fundamentadas en hechos concretos, con el propósito de persuadir a los lectores acerca de la validez de su posición como punto de vista alternativo; en contraste, la escritura persuasiva tiene como objetivo concordar al lector con su perspectiva mediante la presentación de un razonamiento lógico, mediado por las preferencias individuales y las emociones inherentes al público objetivo. Es un estilo de escritura cuyo fin es convencer, influir o persuadir a los lectores para que adopten una opinión, tomen una acción específica o cambien su comportamiento.

4. Características del escrito persuasivo

Como hemos apuntado, este tipo de discurso es utilizado en numerosos ámbitos, pero dadas las características del presente artículo, nos vamos a centrar en aquellas que atañen directamente a su uso en los textos periodísticos.

Tal y como apunta Peña (2008) Aristóteles definió la retórica como el arte de identificar los medios más efectivos en cada situación específica. Esta disciplina se centra en discernir entre lo que es convincente y lo que solo parece serlo (Núñez: 1997). Un orador competente debe dominar varias fases en su discurso: la generación de ideas y componentes del discurso (*inventio*), la estructuración de argumentos (*dispositio*), la elección apropiada de palabras y frases (*elocutio*), la memorización de ideas y términos (*memoria*), y el control de la voz, gestos y tono (*pronuntiatio*). Es evidente que la disposición de los elementos en el discurso es crucial para su eficacia, pues organiza el mensaje en su totalidad; sin embargo, la selección de recursos verbales y no verbales juega un papel decisivo en la persuasión. Por esta razón, aunque nos centremos en los recursos morfosintácticos y léxicos, hemos creído importante tratar en este trabajo también algunos procedimientos extralingüísticos, aunque sea sucintamente.

Al analizar un texto periodístico desde la perspectiva de la persuasión es muy importante considerar cómo se estructura su discurso. Así, Romero (2005: 86-87), con la idea de facilitar el análisis de los mismos, identifica los siguientes paralelismos con la retórica tradicional:

En primer lugar, el *exordium*, llamar a atención del receptor por medio de efectos originales y sorprendentes. La escritura persuasiva tiene la audiencia como objetivo: debe adaptarse al lector específico al que va dirigido. Es esencial comprender a quién te diriges para adaptar el tono, el estilo y los argumentos de manera efectiva. Por esta razón, debe apelar a las emociones de los lectores, conectar emocionalmente con la audiencia para reforzar la persuasión y generar una respuesta más positiva. En segundo lugar, la *narratio*, la presentación del contenido por medio de una estructura clara y concisa, pues la elección de palabras y la redacción son cruciales para generar impacto. Seguidamente, la *argumentatio*: los argumentos deben estar bien estructurados y tener un razonamiento lógico. Los puntos clave deben ser claros, coherentes y respaldados por la evidencia, con datos o ejemplos relevantes, que demuestren el conocimiento profundo del tema que tiene el emisor, puesto que el texto será más efectivo si el autor es percibido como creíble y confiable. Por último, la *peroratio* o conclusión convincente, normalmente acompañada de una llamada a la acción clara y directa para instar a los lectores a tomar medidas específicas.

Como no podía ser de otra forma, la escritura persuasiva en la prensa ha experimentado cambios significativos a lo largo del tiempo. El periodismo moderno, con sus inicios en el siglo XVII, se centraba principalmente en informar hechos y eventos. Se basaba en la objetividad y la presentación imparcial de la información, tal y como apuntan Kovach y Rosenstiel (2007). Sin embargo, a medida que avanzaba el siglo XIX, la prensa adoptó un enfoque mucho más persuasivo. Habermas (1962) argumenta que con el surgi-

miento de la opinión pública los medios comenzaron a influir directamente en las creencias y actitudes del público, desviándose de la mera presentación de hechos. Por tanto, a partir de este momento, la persuasión en la prensa empezó a evolucionar en técnicas y estilos que, como especifica Perloff (2023), buscaban un uso creciente de las emociones, narrativas y figuras retóricas para persuadir a las audiencias.

5. La persuasión en el *Diario Mercantil de Málaga*

Como hemos podido apreciar, el escrito persuasivo siempre gira en torno a dos polos, el receptor y el emisor. Por esta razón, para el análisis de los recursos lingüísticos en lo que se refiere a la persuasión, y teniendo como fuente documental el *Diario Mercantil de Málaga*, una de las cabeceras fundamentales de la época, hemos creído acertado analizarlos desde los siguientes puntos de vista, siguiendo a Carrasco (2017): por un lado, los recursos lingüísticos para llamar la atención de los lectores; por otro lado, los utilizados para conseguir una mayor credibilidad.

Entre los primeros, podemos destacar los siguientes: el uso del lenguaje emotivo para apelar a las emociones de los lectores; palabras y expresiones con connotaciones positivas y negativas; adjetivos y adverbios descriptivos; uso de figuras retóricas como las metáforas, comparaciones o personificaciones; cláusulas interrogativas y exclamativas; por último, la utilización de perífrasis verbales con el fin de conseguir lo que conocemos como cortesía mitigadora. Por lo que respecta a los recursos utilizados para conseguir una mayor credibilidad del mensaje, hemos centrado nuestro interés en los citados a continuación: una estructura textual clara, con una introducción fuerte, una buena argumentación y una conclusión certera con llamada a la acción del lector; repetición de palabras y paralelismos; frases cortas y contundentes, pero también, en ocasiones, largas cláusulas subordinadas; comparación y antítesis; para finalizar, la referencia a otras fuentes.

5.1. Recursos lingüísticos para captar la atención de los lectores

Los primeros recursos en los que nos vamos a detener son el del lenguaje emotivo y el empleo de palabras y emociones con connotaciones positivas o negativas. Además de argumentos lógicos, la escritura persuasiva debe apelar a los sentimientos de los lectores, ya que conectar emocionalmente con el receptor refuerza la persuasión y genera una respuesta más positiva. El autor debe impactar en la mente del que lo lee y debe crear un texto memorable. Por esta razón, la elección de expresiones fuertes y poderosas, junto a la redacción, son cruciales para generar impacto y llamar la atención del autor. Sirvan como muestra los siguientes ejemplos:

[...] El acaloramiento por las gentes; ya no hay una sola persona de esas / que no tienen un conocimiento exacto de las / cuestiones políticas, que no pregunte con *ansia* / cuando es la época fijada para la entrega de los mozos (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] *Corazón de Europa* (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] Diositis; las esperanzas de los que supieron / contener su impaciencia adquieren ya hoy los / mas *bellos colores* (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] Francia, y en medio, [roto] la indignacion gene/ral que producen en el mundo las salvajes he/catombres del llamado ejército carlista, que no / dà pruebas de otra cosa que de ser una ban/da de fanáticos. (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] fueron un tiempo esplendor / y grandeza de nacion tan ilustre, germinarà, adquirirán la pompa de otros días y el árbol / frutecido producirà la dicha que merecida tie/ne pueblo tan importante (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] Despues que el / mundo recibió la doctrina de amor que pu/blicó Jesucristo, la sociedad no puede retro/gradar á la barbarie; por mas que la luz del / progreso sufra algunos eclipses, pasajeros / siempre, la verdad, patrimonio de la humana / especie, volverà à resplandecer, que no en / vano murió por ella el mártir primero de su / divino culto (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] Negar esto sostenien/do lo contrario seria esclavizarse bajo el yugo del pesimismo que duda de la esperanza por/que mata la fè (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] El hombre es malo porque es/tà engendrado en iniquidad, y por bueno que / parezca nace con los residuos de la imperfec/cion de su origen (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

La siguiente técnica detectada es el empleo de adjetivos y adverbios descriptivos, aquellos que resultan muy convincentes, expresivos y vivos, como demuestran los siguientes casos:

[...] Honda impresión, gravedad inmensa, trascendentales sucesos, ciertas elevadas personas, el acendrado dinastismo de casi toda la fraccion conservadora; entusiastas protestas, loables esfuerzos (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] humilde y misterioso artículo: Desgracia me dice una misteriosa voz, que / infusamente me contesta (*DMM*, 3074, 15/08/1874).

Otro de los mecanismos muy habituales en este tipo de escritura es el uso de figuras retóricas como la metáfora, la comparación, la hipérbole o la personificación para hacer que el texto sea más evocador:

[...] y el anuncio de la bandera que se propone des/plegar, concluirán de matar las ilusiones para la vida / y seguridad de la situacion revolucionaria (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] Cuñoable [sic] es el carlis/ta formado, en su mayoría de despechados / que no tienen cubierto en el banquete del Era/rio (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] La locomotora cruza ya sin obstáculos el / camino que separa á la Damasco de Occidente / de la Perla del Mediterráneo, à la ciudad de / los recuerdos de la ciudad del comercio (*DMM*, 3075, 16/08/1874).

Desde el punto de vista de la sintaxis, son muy habituales los ejemplos de cláusulas interrogativas y exclamativas. Por medio de ellas, se apela al lector, se le llama a la acción, a tomar partido en el asunto, a mover la conciencia:

[...] ¿Pero hay motivos para esos temores? (*DMM*, 3075, 16/11/1872).

[...] Veremos que se di/ce en el Congreso en esta ocasion! Habrà de consa/grar un pensamiento à los presuntos reforma/dores del mundo. ¡Si todos fueran bien intencionados! (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

También se debe destacar el uso de las perífrasis verbales, como ejemplo de cortesía mitigadora. Los actos corteses mitigadores se distinguen por la precaución, la suavidad y medios atenuantes para evitar que la sinceridad que caracteriza a este tipo de escritos pueda ser vista como amenaza o provocar el rechazo del lector:

[...] habia de ocuparme preferentemente en esta carta / ciertas elevadas personas tenian de acordar (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] La conducta que han de seguir en la discusión de los proyectos (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] habrá de consagrar un pensamiento à los presuntos reforma/dores del mundo (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

5.2. Recursos para aumentar la credibilidad del autor

El segundo pilar en el que se sustenta la escritura persuasiva es crear un texto creíble. Para ello, lo primero que debe tener en cuenta el periodista es elaborar un escrito con una escritura clara. El artículo debe estar organizado de manera lógica y coherente, en el que se aprecie fácilmente una introducción, una presentación de los argumentos, los contraargumentos, si fueran necesarios, y una conclusión clara, caracterizada normalmente por la llamada a la acción, para instar a los lectores a tomar medidas específicas después de haber sido persuadidos. A continuación, presentamos distintas muestras:

(Modelo de introducción 1)

Querido Pueblo de Málaga: a vosotros dirijo este / humilde y misterioso articulo que por primera ves / me atrevo a tomar la pluma, la cual me facilita el / medio oportuno para de positar en vosotros el mas / logico y rico tesoro de la verdad; Cuya verdad es / el Espiritismo, y mediante al razonamiento con que / se expresa él articulo, que en el n.º 3066 del DIA/RIO MERCANTIL de esta plaza En su folletin Titula/do creacion del Mundo y del hombre con la garan/tia de su autor firmado con las iniciales R G A.

Este Señor me hace romper él profundo silencio / que por mucho Tiempo reprimo en él retiro de mi / humilde localidad (*DMM*, 3074, 15/08/1874).

(Modelo de introducción 2)

Nuestros lectores saben que el / *Correo de Andalucía* deseoso sin duda de so/ lazarse con nuestros propios escritos, hace / cuatro días dirigió al modesto DIARIO MERCANTIL nada menos que tres sueltos que en / hizo el honor de demostrarnos su *complacen/cia* por vernos en el terreno de la independencia / para pedir lo que es de justicia, derecho y regla (*DMM*, 3075, 6/08/1874).

(Modelo de argumentación)

[...] si á este punto conduce la doctrina del / amor, ¿á cual no conducirá la doctrina del / del òdio? En el primer caso, la Historia nos / presenta el degüello de los judios en otra edad: / en el segundo las hogueras de la Reforma que / se proponia, según sus secuaces, apagar las / de la inquisicion, y apagarlas pretendia con / los propios elementos que los otros las encen/dian. Oprimidos y opresores. Estos son los / dos campos en que la humanidad se divide (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

(Modelo de conclusión)

Desde luego que la formacion de un ejèr/cito, elemento de órden por la organización / de la fuerza, es de todo punto indispensable; las doctrinas de igualdad social y derecho / común á la participacion de goces, han cun/dido entre las masas, relajado los vínculos / del respeto à la autoridad, desorganizado la / familia y establecido la holgazaneria como / complemento de la felicidad soñada. La mi/lizia, cuando hay disciplina, morigera, ar/moniza: en buenas manos es el dique contra / los excesos de la demagogia (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

El segundo de los recursos cruciales para buscar la credibilidad del autor se lleva a cabo a través del recurso de la repetición. El emisor, por medio de paralelismos y de la reiteración de palabras, incluso por medio de anáforas, hace ver al lector que conoce perfectamente las ciudades de Granada y Málaga. Describe a la perfección aspectos diferentes de las dos urbes, desde monumentos, calles, jardines, áreas industriales, etc. Asimismo, mediante estos mecanismos ayuda al emisor del texto a familiarizarse con el texto creando una mayor atracción y facilidad para comprender. Observemos el siguiente fragmento de un artículo cuyo tema, aunque no lo parezca, es informar sobre la unión de las ciudades de Málaga y Granada por medio del ferrocarril:

Por lo demás, no hay rivalidad posible en/tre las dos: Granada tiene sus recuerdos; Má/laga su presente: la una sus tradiciones glo/riosas, su vega inestimable, sus palacios de / encaje, sus torres afliggranadas, sus bosques / impenetrables, sus claras aguas, su perfuma/do ambiente, sus càrmenes de misteriosas / sombras; la otra su puerto donde descansan / de lejanas expediciones sus veleros buques, / sus muelles henchidos de las mas ricas mer/caderias de la Europa y de la India, sus casas / modernas que semejan palacios, sus fábricas / cuyas altísimas chimeneas lanzan incesante/mente nubes de humo que van á perderse en / su sereno cielo, sus almacenes que parecen / templos y sus jardines donde se agrupan las / plantas exóticas de América y de Australia; / Granada su Sierra Nevada que le envia tor/rentes de auríferas arenas y rios en cuyas / límpidas mágenes brilla la plata; Málaga sus / playas donde perezoso y fatigado reposa el / Mediterráneo; la ciudad morisca su gòtica

/ capilla estrecho sepulcro de los reconquis/tadores de España; la ciudad comercial sus hospitales y sus casas de asilo, fundaciones pia/dosas de sus hijos, los reyes de la Industria; / Granada guarda en sus alcàzares misteriosos / rumores, en su vega suspiradoras auras, en / sus càrmenes ténues murmullos; Màlaga un / conjunto de golpes de marticete, silvidos de / màquinas de vapor, chirrear de poleas, ar/rastre de mercancías; En Màlaga se hace la / vida agitada del presente, se vive para la / realidad; en Granada se vive en los recuer/dos, se sueña con el pasado y entre las som/bras de sus calladas noches la imaginacion / evoca á sus caballeros gallardos, y á sus don/cellas de ojos negros (DMM, 3075, 6/08/1874).

Este recurso es uno de los más utilizados a lo largo de las muestras analizadas y se suceden por todos los ejemplares vistos, sobre todo en los artículos de opinión o los llamados *Correspondencia particular* lo que se correspondería con las actuales *Cartas al Director*:

[...] No son los aires favorables de Italia solamente / no es la inclinacion de ciertas influencias (DMM, 2061, 16/11/1872).

[...] Ni un solo quinto ha secundado aun esa conducta, ni una sola poblacion ha presenciado otra cosa / que razonadas ó entusiastas protestas, pero al / [roto] protestas escritas para que nadie tome en [roto] lo que no ofrece ningun género de peligros (DMM, 2061, 16/11/1872).

[...] Pero hasta la religion, cuando se apodera / del alma sin que la prudencia la contenga y / la dirija, hasta la religion, repetimos (DMM, 3067, 07/08/1874).

[...] Partido que se compone de clérigos fana/tizados ó descontentos, partido que invocan/do á Jesucristo quiere que triunfe la bandera / de un hombre, instrumento de malas pasio/nes, y que triunfe por medios bàrbaros (DMM, 3067, 07/08/1874).

Otros de los recursos utilizados para confirmar el conocimiento que sobre el tema tratado por el periodista es total, es la utilización de frases cortas y contundentes. Mediante el mismo, el autor sentencia la opinión que tiene sobre un asunto y provoca una llamada de atención sin igual sobre el lector:

[...] La historia nos acredita cómo / nacen, se desarrollan, engrandecen y decaen / los imperios (DMM, 3067, 07/08/1874).

[...] Porque nosotros no sabemos odiar, de la lógica de los hechos, deduciremos consecuencias (DMM, 3067, 07/08/1874).

En contraste con el recurso anterior, otro mecanismo que persigue el mismo objetivo que los anteriores es el del uso de cláusulas largas y subordinadas, sobre todo, mediante oraciones consecutivas:

[...] La vida ascética forma santos para el cie/lo, pero hasta la religion, cuando se apodera / del alma sin que la prudencia la contenga y / la dirija, hasta la religion, repetimos engen/dra un espíritu de

egoismo tal, que, fomen/tando nuestra soberbia, nos induce que somos / perfectos, nos hace tener por enemigos á los / que como nosotros no piensan, exalta la ima/ginacion, y haciéndola triunfar del juicio que / produce el fanatismo religioso (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] La órden del ministerio de Fomento por la / cual se ordena, de acuerdo con el dictàmen / de la junta consultiva de obras públicas, que se / suspendan las obras para la traida à Málaga / de las aguas de Torremolinos, ha causado en / este numeroso vecindario tan fundada alar/ma, tan desagrada-ble sorpresa, tan justa in/dignacion, que preciso nos es renunciar à des/cribirlo (*DMM*, 3074, 15/08/1874).

Muy en línea con el recurso de la repetición, el escrito persuasivo periodístico utiliza las figuras de la comparación y la antítesis para hacer ver que tiene pleno conocimiento sobre la información que está prestando al lector, tal y como se puede demostrar en los siguientes ejemplos:

[...] y el anuncio de la bandera que se propone des/plegar, concluirán de matar las ilusiones para la vida / y seguridad de la situacion revolucionaria (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] y solo puede compararse / lo que en las plazas, calles y paseos se murmu/ra, con los rumores y malestar que allá por los / años 1866 y 67 minaban la calma y seguridad / del trono de Isabel II (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] en Francia, como en España, como en Inglaterra, como en Ru/sia, se agitan elementos disolventes (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

[...] En el primer caso, la Historia nos / presenta el degüello de los judios en otra edad: / en el segundo las hogueras de la Reforma que / se proponia, según sus secuaces, apagar las / de la inquisicion, y apagarlas pretendia con / los propios elementos que los otros las encen/dian. Oprimidos y opresores. Estos son los / dos campos en que la humanidad se divide (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

Para finalizar con las muestras de mecanismos lingüísticos para demostrar la credibilidad del texto, se encuentran las referencias a otras fuentes, a veces concretas y otras veces de conocimiento general:

[...] La reseña que / al frente de «La Iguadad» verá V. publicada, es sin embargo bastante completa para formar una / idea de exseta [sic] de la importancia de dicha reunion (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] El artículo que publicó uno con el / título «Aun hay salvacion» no elevan el conocimiento de su amor a la diositis (*DMM*, 2061, 16/11/1872).

[...] En el primer caso, la Historia nos / presenta el degüello de los judios en otra edad: / en el segundo las hogueras de la Reforma que / se proponia, según sus secuaces, apagar las / de la inquisicion, y apagarlas pretendia con / los propios elementos que los otros las encen/dian (*DMM*, 3067, 07/08/1874).

6. Conclusiones

En el presente trabajo se ha puesto de manifiesto cómo el hecho de escribir para audiencias diversas y políticamente polarizadas, además de factores como la censura gubernamental, la competencia entre periódicos y las limitaciones tecnológicas, influía directamente en un tipo de escrito de carácter persuasivo para la difusión eficaz de sus ideas.

Hemos visto cómo se refleja de manera bastante clara en las muestras ofrecidas las características de todo escrito persuasivo, girando siempre en torno a los dos polos expuestos: por un lado, la atención en el lector y, por otro lado, no dejar ningún lugar a dudas sobre el conocimiento pleno que el periodista tiene sobre el tema que está tratando, intentando que el lector se aleje de bulos, comentarios o medias verdades tan característicos de épocas anteriores, ya que poco a poco, gracias a los avances del siglo XIX, la audiencia de los periódicos es mayor debido a la progresiva, aunque lenta, alfabetización de la sociedad. De esta forma, los colaboradores de el *Diario Mercantil de Málaga* se han valido tanto de recursos morfosintácticos, léxicos o algunos más propios de los textos literarios para conseguir este fin.

En resumen, creemos que el estudio de la escritura persuasiva en la prensa del siglo XIX es esencial para comprender la intersección entre la comunicación mediática, la política y la sociedad en un periodo de transformación. A medida que avanzamos en el estudio del español del siglo XIX, nuevas perspectivas y enfoques metodológicos están surgiendo, lo que promete arrojar luz adicional sobre este campo de estudio y otros relacionados. Por último, este trabajo quiere dar pie a que investigaciones futuras puedan explorar más a fondo las conexiones entre la escritura persuasiva en la prensa del siglo XIX y los cambios políticos y sociales de la época, así como la relevancia para el periodismo contemporáneo y la comunicación política.

Referencias bibliográficas

- Adam, J. M. (1992). Argumentar por escrito. En E. Montolio (dir.). *Manual de escritura académica y profesional*, II (pp. 133-284). Barcelona: Ariel.
- Arcas, F. (1990). *El País de la Olla: la imagen de España en la prensa satírica malagueña de la Restauración*. Málaga: Arguval.
- Barrionuevo, M.^a R. (2020). El vitalismo de Málaga en el siglo XIX. Antonio Cánovas del Castillo: los primeros planes generales de la ciudad. En M.^a J. Vila (ed.). *Un siglo doce meses: siglo XIX* (pp. 1-11). Málaga: Archivo Municipal de Málaga.
- Carpi, E. y García, R. (eds.) (2017). *Herencia e innovación en el español del siglo XIX*. Pisa: Pisa University Press.
- Carrasco, A. (2017). Recursos de cortesía estratégico-política en los discursos de nombramiento e investidura de jefes de gobierno en periodos constituyentes: 1812, 1873, 1979. En E. Carpi y R. García (eds.). *Herencia e innovación en el español del siglo XIX* (pp. 103-125). Pisa: Pisa University Press.
- Carrasco, I. (ed.) (2022). *El español del siglo XIX en textos impresos y manuscritos*. Granada: Comares.
- Cuenca, M. J. (1995). Mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación. Linguistic and discursive mechanisms of argumentation. *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 7 (2), 23-40.
- Fernández-Sanguino, J. (2017). *La prensa editada en Málaga durante la Guerra de la Independencia*. Málaga: Servicio de Publicaciones. Unicaja.
- Frederick, P. (2012). *Persuasive Writing: How to harness the power of words*. London: Pearson.
- García, A. (2010). La retórica en la prensa política del siglo XIX: un análisis de las estrategias persuasivas. *Revista de Comunicación*, 34, 3, 45-62.
- García, J.A. (2005). *Prensa y sociedad en Málaga, 1875-1923: la proyección nacional de un modelo de periodismo periférico: (una historia del periodismo en el tránsito a la sociedad de comunicación de masas)*. Málaga: Edinford.
- Gaviño, V. (2018). Términos y conceptos para el estudio de la hipertextualidad en historiografía lingüística. Algunas aplicaciones en el análisis de gramáticas castellanas del siglo XIX. *Revista Argentina de Historiografía Lingüística*, 10, 1, 27-39.
- Gaviño, V. (2019). Tradiciones discursivas y series textuales en historiografía lingüística. *Beiträge zur Geschichte der Sprachwissenschaft*, 29, 2, 293-312.
- Gaviño, V. (2021). Presentación [sección monográfica]. Ideas lingüísticas y pedagógicas en la prensa de España y América del siglo XIX. *Boletín de filología*, I, 56, 13-16.

- Gaviño, V. (2022). La oficialización de la ortografía española académica. Historia, propuestas y debates en la prensa española de la primera mitad del siglo XIX. *Nueva Revista de Filología Hispánica (NRFH)*, LXXX (2), 499-531.
- González, L. (2017). *Cánovas, periodista*. Málaga: Fundación de Málaga. Ateneo de Málaga.
- Guillain, Ch. (2016). *What is Persuasive Writing?* London: Capston Global Libray Limited.
- Habermas, J. (1962). *The Structural Trasnformation of the Public Sphere*. Cambridge: The MIT Press.
- Isma, A. (2020). *Persuasive Writing*. LibGuides: Persuasive Writing. Obtenido el 2 de enero de 2024 desde <https://materchristi.libguides.com/c.php?g=592075&p=4094100>
- Isasi, C.; Martín, L.; Pérez, S.; Pierazzo, E. y Spence, P. (2020). *Edición digital de documentos antiguos: marcación XML-TEI basada en los criterios CHARTA*. Sevilla: Universidad de Sevilla. Colección lingüística.
- Johnson, R. (2015). Sátira y persuasión: el uso de la caricatura política en la prensa del siglo XIX. *Historia y comunicación social* 30, 1, 67-85.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. ([2007] 2021). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Length: Crown.
- López, M. (2018). La prensa y la formación de la opinión pública en el siglo XIX: un análisis de caso. *Comunicación y sociedad*, 45, 2, 123-140.
- Martínez, P. (2012). La escritura persuasiva en la prensa política del siglo XIX: el caso de los artículos de opinión. *Revista de Historia de la Comunicación*, 17, 4, 89-106.
- Moreno Espinosa, P. (2003). Géneros para la persuasión en prensa: los editoriales del diario El País. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. Obtenido el 2 de enero de 2004 desde <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801012>
- Núñez, S. (ed.) (1997). *Retórica a Herenico (Ciceron)*. Madrid: Gredos.
- Plantin, C. ([1996] 1988). *La argumentación*. Barcelona: Ariel.
- Peña, G. (2008). Sistemas de persuasión en la comunicación publicitaria. En Olza, I., Casado, M. y González, R. *Actas del XXXVII Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lngüística (SEL)* (pp. 651-664). Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Perloff, R. M. ([1993]2023). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Oxon: Routledge.
- Ramírez, J.L. (ed.) (2012). *Por sendas ignoradas. Estudios sobre el español del siglo XIX*. Lugo: Axac.

- Real Academia Española. *Diccionario de la Lengua Española*. (23.ª ed.). Obtenido el 15 de febrero de 2023 desde <https://dle.rae.es/contenido/actualizaci%C3%B3n-2023>
- Reina, J. (2015). Relaciones con los medios a finales del siglo XIX: antecedentes de los comunicados de prensa en la prensa malagueña. *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 6, 1, 59-82.
- Romero, M^a. V. (2005). Texto e imagen en el mensaje publicitario. En M^a. V. Romero. *Lenguaje publicitario* (pp. 83-87). Barcelona: Ariel.
- Rubia, A. (2020): Aproximación a la prensa malagueña del siglo XIX a través de las colecciones del Archivo Municipal. En M.^a J. Vila González (coord.). *Un siglo doce meses: siglo XIX*. Málaga: Archivo Municipal de Málaga, 1-19.
- Smith, E. (2007). Ideología y escritura persuasiva en la prensa de la guerra carlista. *Anales de comunicación*, 28, 3, 55-72.
- Toulmin, S. ([1958] 2007). *Los usos de la argumentación*. Barcelona: Península.