

TRABAJO FIN DE GRADO



UCAM
UNIVERSIDAD CATÓLICA
SAN ANTONIO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Departamento de Periodismo
Titulación en Periodismo

Neologismos en el periodismo político.
Análisis en torno a la tipología y la creatividad

Autor:

M^a del Mar Pascual Ortuño

Directores:

Dra. Dña. Celia Berná Sicilia

Dr. D. José Manuel Noguera Vivo

Murcia, 22 de junio de 2015

TRABAJO FIN DE GRADO



UCAM
UNIVERSIDAD CATÓLICA
SAN ANTONIO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Departamento de Ciencias de la Comunicación
Titulación en Periodismo

Neologismos en el periodismo político.
Análisis en torno a la tipología y la creatividad

Autor:

M^a del Mar Pascual Ortuño

Directores:

Dra. Dña. Celia Berná Sicilia

Dr. D. José Manuel Noguera Vivo

Murcia, 22 de junio de 2015

AUTORIZACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO FIN DE GRADO PARA SU PRESENTACIÓN

El profesor Dr. D. José Manuel Noguera Vivo como Tutor del Trabajo Fin de Grado titulado “Neologismos en el periodismo político. Análisis en torno a la tipología y creatividad” en el Departamento de Ciencias de la Comunicación, **autoriza su presentación a trámite** dado que reúne las condiciones necesarias para su defensa.

Lo que firmo, en Murcia a 22 de junio de 2015.

Agradecimientos

A Celia Berná, por guiarme mientras ha podido y enseñarme a colocar en su sitio hasta el último punto.

A José Manuel Noguera, por ser mi segundo maestro.

A Rocío Lineros, por aceptar la locura de revisar las tablas y listados de neologismos.

A mi madre, por corregirme las correcciones de lo ya corregido.

Y a todos los que habéis conocido lo que es la neología periodística en alguno de mis momentos de estrés. Gracias.

ÍNDICE

Introducción	13
Hipótesis de partida y objetivos	19
1. Definición de neologismo	21
1.1. El futuro del neologismo: su incorporación en el diccionario	23
1.2. Tipos de neología	27
2. Tipología del neologismo	29
2.1. Neologismos internos.....	29
2.1.1. Neologismos de forma	30
2.1.1.1. Prefijación	31
2.1.1.2. Sufijación	38
2.1.1.3. Parasíntesis.....	44
2.1.1.4. Composición	45
2.1.1.5. Acronimia y siglación	52
2.1.1.6. Acortamientos	54
2.1.1.7. Cruces léxicos	55
2.1.2. Neologismos de sentido	56
2.1.2.1. Metáfora y eufemismos.....	57
2.1.2.2. Frases hechas y expresiones consagradas	60
2.2. Neologismos externos: préstamos y adaptaciones.....	61
2.2.1. Extranjerismos: anglicismos	63
2.2.2. Barbarismos	66
3. La neología en el periodismo digital.....	67
4. El neologismo en el lenguaje político.....	71
4.1. Características del lenguaje político	71
4.2. La creación léxica: el neologismo político	73
4.2.1. Derivación por prefijación	75
4.2.2. Derivación por sufijación.....	76

4.2.3. Composición	78
4.2.4. Siglación	78
4.2.5. Extranjerismos	79
4.2.6. Neologismos de sentido	80
4.2.6.1. Eufemismos.....	81
5. Trabajo de campo	85
5.1. Descripción y justificación de la metodología.....	85
5.2. Análisis del corpus: neologismos en la prensa política	88
Conclusiones	113
Bibliografía.....	117

INTRODUCCIÓN

“El seguimiento de un neologismo, su hoja de ruta, indica por dónde pasan los intereses de la sociedad, los valores imperantes, sus descubrimientos. Sirve para contar la historia porque él mismo indica la dirección de la mirada.”

Susana Anaine (2009)

Los medios de comunicación, y en especial el periodismo, son instrumentos decisivos en la educación lingüística de la sociedad por su carácter público y accesible, por la asociación directa de estos con la veracidad y por la necesidad del ciudadano de tener una referencia, en principio profesional y culta, en la que apoyarse para hablar y comunicarse. En los medios se agrupan las opiniones de nuestras máximas autoridades, representantes, y también escritores y famosos, y la lengua empleada en ellos se ha convertido en un modelo a seguir para la mayoría de los hablantes y, como indica Humberto Hernández, “en el principal laboratorio en el que los estudiosos del idioma tratamos de descubrir las complejas leyes que rigen su funcionamiento” (Vilches, 2006: p.177).

Los medios pueden crear conductas lingüísticas “que ni la mejor escuela sería capaz de inducir” al igual que se crean en el seno familiar y en el sistema educativo, ámbitos que, a su vez, pueden obtener dichas conductas de los mismos medios, y además “conductas difíciles de cambiar a pesar de que muchas son erróneas” (Romero, 1999: p. 68). Para Humberto Hernández (c.p. Vilches, 2006: p.177) es evidente:

Nadie pondría en duda la validez representativa de los usos lingüísticos procedentes de los medios de comunicación, tanto desde la perspectiva normativa (“Un periódico bien escrito es la mejor escuela para el buen uso de la lengua”, según el periodista Cándido), como desde el punto de vista descriptivo (“En los periódicos viene el idioma vivo, el que se está usando”, dice María Moliner).

Es en los medios de comunicación donde podemos comprobar con mayor transparencia y continuidad el uso de la lengua en la vida cotidiana, su modalidad más actual y las innovaciones léxicas que en ella se producen debido a su permanente estado de evolución. De su gran influencia en nuestro idioma, deriva la

responsabilidad ética de los profesionales de la información por hacer un correcto uso del lenguaje. Un lenguaje que se presta a ser creativo y que debe avanzar siempre al lado de la actualidad, pero que no por ello ha de dejar de respetar la norma lingüística.

Ante los rápidos cambios que experimenta nuestro mundo, “la lengua solo tiene una salida: incorporar un elemento léxico en su sistema que dé cuenta de cada concepto” (Guerrero Ramos, 1995: p.7). Los nuevos vocablos y expresiones que aparecen a diario en los medios de comunicación y que poco a poco se van haciendo un hueco en nuestro idioma para enriquecerlo son los que conocemos como **neologismos**. Así pues, la neología, “entendida en el sentido estricto como innovación en el plano léxico-semántico, es sin duda una de las caras más visibles de la creatividad lingüística” (Montoro del Arco, 2012: p.9).

Al igual que sucede en la literatura, el empleo de neologismos es una de las principales fuentes de creatividad que tiene el periodismo. Como dice Anaine (2009), el neologismo “es el pan con que se nutre la escritura, el pulso de un momento histórico, la mejor vía para transmitir sin vueltas una información, una imagen, una idea”. Así bien, los medios de comunicación, y de un modo especial la prensa escrita, van a desempeñar un papel imprescindible en la innovación neológica, ya que es el lenguaje periodístico el que con más facilidad reacciona a los fenómenos sociales y actuales en cualquier esfera de la actividad humana.

Afirma Guerrero Salazar (2007: p.13) que entre las principales funciones del lenguaje periodístico predomina “el afán de innovación, de recoger lo nuevo que surge, bien en la lengua común o bien en un lenguaje especializado, y difundirlo”. Los periodistas serán los encargados de mediar entre los vocabularios especializados y la lengua común en una doble dirección. Por un lado, son ellos quienes, a través de procesos de creación o reformulación, divulgan a los ciudadanos el vocabulario acuñado por los especialistas. Por otro lado, dado que están en contacto con la actualidad de la calle, son quienes rastrean y recogen las palabras y expresiones de moda del lenguaje coloquial y las plasman en sus escritos. A esto se refiere Alvar Ezquerro (1999: p.128) cuando habla del “carácter catalizador” del periodismo, “hecho que lo convierte en una de las vías de institucionalización, de generalización del uso de las palabras” (Guerrero Salazar, 2007: p.13).

El lenguaje periodístico necesita de la creatividad léxica para crear neologismos que designen las nuevas realidades, los continuos cambios e innovaciones que se

producen cada día, y no solo en avances científicos y técnicos. Pero hay otros motivos que impulsan la creatividad neológica, según Guerrero Salazar, a la necesidad de designar nuevas realidades hay que sumarle la voluntad de estilo del periodista, por ejemplo en el empleo cómico o tendencioso de algún término con una intencionalidad expresiva y valorativa; el contagio sociocultural y el traslado de un léxico especializado a otro; la necesidad de que el mensaje sea económico y breve; e, incluso, la ignorancia y el error que en ocasiones producen neologismos innecesarios, redundancias o faltas ortográficas.

A lo largo de este trabajo analizaremos la tipología de los neologismos y los clasificaremos atendiendo a su naturaleza. Diferenciaremos entre neologismos internos, creados dentro de nuestro marco lingüístico con mecanismos propios morfológicos y semánticos, y neologismos externos, cuando se introduzcan (adopten y adapten) términos de otros idiomas mediante préstamos o calcos (extranjerismos, anglicismos y barbarismos), en la mayoría de ocasiones por la falta de correspondencia con un término de nuestro idioma.

Asimismo, y como es indiscutible el papel de los medios de comunicación “como fuente productora y difusora de neologismos denotativos y estilísticos, tanto de forma como de sentido” (Guerrero Salazar, 2007: p.14), hablaremos de los mecanismos neológicos de forma¹, que crean voces *ex novo* a través de modificaciones morfológicas (como la sufijación o la composición); y los distinguiremos de los mecanismos neológicos de sentido, llamados también semánticos o de significado. Estos tratan de revitalizar² y renovar palabras ya existentes que siguen estando en nuestro diccionario pero que han caído en desuso, incorporándoles nuevas acepciones y giros mediante metáforas, eufemismos y frases hechas.

Centraremos el objeto de estudio en la prensa escrita pues, al quedar patente en un soporte físico, es más perdurable en el tiempo que los textos orales, así como fácil de verificar y cuantificable, lo cual permite documentar de manera garantizada, exhaustiva y comprobable la realidad de los usos lingüísticos. En concreto, analizaremos la prensa escrita digital, principalmente por la facilidad y rapidez de rastrear las hemerotecas de los periódicos digitales, y puesto que consideramos que, en

¹ Clasificación de Guerrero Ramos (1995: p.20)

² Alvar Ezquerro (2008: p.13) habla del concepto de revitalización, del cual dice “no es un proceso ni de creación ni de incorporación léxica, todo lo más es de renovación semántica”, pues la voz ya existía en la lengua”.

la mayoría de los casos, son los mismos textos que han aparecido en la prensa en papel solo que trasladados al soporte digital.

No obstante, creemos que la prensa digital –frente a la prensa en papel– dispone de otros formatos, como son los foros, los chats, los blogs de opinión, etc. que pueden ser más propensos a la incursión de nuevas voces léxicas por las características propias que ofrece internet de multimedialidad, interactividad, universalidad e inmediatez. Esta gran velocidad puede suponer, desde el punto de vista de la neología, la aceleración del proceso cuando el periodista digital tiene que decidir sobre si utilizar o no un nuevo término³.

Aunque en este trabajo no analizaremos chats ni foros, ni tampoco comentarios de usuarios a las noticias, sí recurriremos a columnas de opinión de periodistas y colaboradores. En estos textos, de carácter más personal, podremos observar distintos grados de coloquialismo e incluso en ocasiones, como dice Bonvin Faura (c.p. Montoro del Arco, 2012: p.144-145) “una ambigüedad intencional del mensaje y cierto descuido en los usos lingüísticos, traducidos en errores”.

El futuro del neologismo es incierto y su supervivencia fortuita. Algunas de estas creaciones léxicas tienen una duración de vida equivalente a la noticiabilidad y actualidad de la información que le haya dado origen, y desaparecen a los días o a los meses sin haber conseguido afianzarse. Otras terminan siendo incorporadas a la lengua coloquial de los hablantes y muchas de ellas, tras años de uso frecuente, son aceptadas por la RAE e incluidas en el Diccionario, como ha ocurrido en la última edición del mismo con palabras como *chat*, *bloguero*, *friki* o *SMS* (DRAE 2014). Sean pasajeros o no, los neologismos conviven entre los hablantes y circulan en los medios de comunicación con la esperanza de que su uso se popularice.

Pero pensemos qué ocurriría si se populariza el uso de todos los nuevos términos (que no son pocos) que van apareciendo cada día en nuestros medios, y qué ocurriría con nuestro idioma si todos ellos pasasen a formar parte de su léxico. Si echamos la

³ Precisamente para cubrir la necesidad inmediata e impaciente de los periodistas por hacer un correcto uso del español en sus medios, surgió la Fundación del Español Urgente que, asesorada por la RAE y en colaboración con la agencia EFE, tiene como objetivo “proporcionar criterios de coherencia en el uso del idioma para evitar su empobrecimiento y hacer frente a la invasión indiscriminada de extranjerismos o neologismos innecesarios” (Fundéu BBVA, 2012: p.29). Este mismo año 2015 ha celebrado su décimo aniversario.

vista atrás, descubrimos que la lucha contra los neologismos no es una cuestión actual. Desde la época clásica –en la que eran condenados todos aquellos elementos que se consideraban corruptores de la armonía y el equilibrio de la lengua como los extranjerismos– hasta hoy, no parece haber cambiado la situación.

En pleno siglo XXI, sigue habiendo muchos expertos, como Álex Grijelmo, que ven en estas nuevas incorporaciones léxicas un peligro y una posibilidad de deterioro del lenguaje. Para Grijelmo, los medios de comunicación (periódicos, radio y televisión) suelen carecer de criterios y conllevan a la desaparición de “palabras propias –algunas de ellas muy antiguas– para dejar paso a palabras ajenas, símbolo de una triste colonización cultural: el neologismo destructivo” (2001: p.402).

El problema se plantea –opina Maximiliano Fernández (2004: p.35)– cuando las nuevas tecnologías, la generalización de las actividades deportivas, la economía mundial y tantas otras fuentes, con la ayuda eficazísima de los medios de comunicación, derraman términos a raudales sobre nuestra lengua y nos quedamos sin asideros para movernos sin zozobrar en el océano de las palabras.

Sin embargo, no hay que olvidar que la lengua es un organismo vivo en el que las palabras también crecen, se desarrollan y, algunas, mueren. La lengua está en constante evolución y cambio. Sería una equivocación pensar que debe mantener el mismo vocabulario que en su origen (porque ¿cuál es el origen de una lengua?, ¿quién decide en qué año se forjó el “léxico necesario o adecuado”?).

La lengua no es más que un sistema simbólico de representación de la realidad, y por tanto, si la realidad es cambiante, la lengua también ha de serlo en la misma proporción. Las nuevas técnicas, tecnologías, productos, ideas, instrumentos, y en definitiva, realidades, deben ir transformando nuestro léxico. De no ser así, si la lengua no fuese capaz de adaptarse y progresar, acabaría por desaparecer “al no llegar a satisfacer las necesidades de sus usuarios” (Alvar, 1994: p.9).

Las neologías son precisas, anejas a la evolución de las sociedades y de los individuos. Cuando un término nuevo se inserta entre nosotros para nombrar aquello de lo que carecíamos y que enriquece nuestro vivir práctico o mental, debe ser acogido con satisfacción e incluso alborbala. A veces es un matiz lo que se importa: basta con que añada un nuevo rasgo que permite ordenar y entender mejor el mundo. (Lázaro Carreter, 2003: p.25)

Siempre con moderación, la capacidad innovadora y creativa del periodismo es un signo positivo para el idioma, y el neologismo “administrado adecuadamente, empleado con equilibrio y presidido su uso por el principio de necesidad” no tiene por qué suponer “un obstáculo para el buen devenir de nuestro sistema lingüístico”, sino que al contrario, contribuirá favorablemente a su renovación, “enriquecimiento y perfecto desarrollo” (Vilches, 2006: p.403-404).

HIPÓTESIS DE PARTIDA Y OBJETIVOS

HIPÓTESIS

Partimos de la idea extendida y comprobada de que en el lenguaje periodístico se produce el fenómeno neológico en cualquier ámbito de la información. En este trabajo, estudiaremos el lenguaje político en la prensa digital y comprobaremos el cumplimiento o no de los siguientes ítems preconcebidos:

H1. La mayoría de los neologismos son extranjerismos o nacen de la creatividad particular del periodista.

H2. Son frecuentes los alargamientos innecesarios, las palabras archisílabas o polisilábicas.

H3. En la prensa política abundan los neologismos de sentido, sobre todo los eufemismos.

H4. En el lenguaje político predomina la neología estilística frente a la denominativa.

OBJETIVOS

- Comprobar la presencia de la creatividad léxica en los textos periodísticos.
- Averiguar cuáles son los procedimientos neológicos más productivos en el lenguaje político de la prensa digital mediante el análisis de un corpus de noticias de *El Mundo* y *El País*.
- Estudiar el papel que tienen los medios de comunicación en la innovación léxica y en la evolución lingüística de nuestro idioma.

1. DEFINICIÓN DE NEOLOGISMO

Tarea difícil la de definir el concepto de neologismo, plantea Alvar Ezquerra (2005: p.3), ya que decir que se trata de palabras nuevas no es suficiente pues “lo nuevo deja de serlo en el momento de ser utilizado”, con lo que no existiría el neologismo desde un punto de vista estricto. Y, si tomamos la postura contraria, todos los vocablos de nuestra lengua serían neologismos porque “nada existe en ella desde siempre”: “todo ha sido nuevo en algún instante de la historia de la lengua, bien en su interior, bien como resultado de la transformación de otra lengua”.

En esa dificultad reside la causa de que los expertos no lleguen a un acuerdo unánime sobre la definición de neologismo y sus posibles clasificaciones. El DRAE define neologismo (del griego *neos*: nuevo y *logos*: palabra) como “vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua” y como “uso de estos vocablos o giros nuevos” y el *Diccionario del Uso del Español* de María Moliner como “palabra o expresión recién introducida en una lengua”.

A pesar de que las definiciones que encontramos en los diccionarios son algo incompletas, los estudiosos de este fenómeno de innovación léxica han sido más específicos. Fernández Fernández (2004: p.9-10) entiende por neologismos las “palabras nuevas incorporadas al español, ya sean procedentes de idiomas extranjeros, ya sean nuevos términos ‘inventados’ *ex novo* o a partir de etimologías griegas y latinas, y también palabras en novedosas acepciones o en giros desacostumbrados”. Para otros como Alvar Ezquerra (2012: p.24), la formación de palabras es el procedimiento consistente en “la ampliación del conjunto de voces del idioma con mecanismos de tipo morfológico, y partiendo de elementos ya presentes en el lenguaje, o con otros tomados de fuera”.

Por su parte, Guerrero Salazar (2007: p.15-16) sigue los criterios que propone Cabré (1993) para determinar cuándo una voz es o no neológica, y señala que, para serlo, se tienen que cumplir cuatro condiciones:

1. “que haya aparecido en un periodo reciente”
2. “que sea percibida como una unidad nueva”
3. “que no aparezca en los diccionarios”
4. “que presente inestabilidad (morfológica, gráfica, fonética, semántica)”⁴

En este trabajo, y a raíz de lo establecido por Gómez Capuz (1998) y por el protocolo OBNEO (2004), vamos a definir el neologismo como todo elemento lingüístico de nueva aparición en una lengua determinada, con independencia del mecanismo de formación que haya seguido en su proceso de incorporación. De esta manera, en consonancia con Almela (2008: p.23), consideraremos que el criterio temporal, es decir, su carácter novedoso, es, en efecto, aquello que, en esencia, lo define.

Sin embargo, y esto podríamos establecerlo como primer principio de la neología, las lenguas se modifican siguiendo el curso del tiempo y se adaptan a las circunstancias y necesidades. Por ello, también es necesario que exista cierto purismo léxico⁵,

una autodefensa de las lenguas, debida a la necesidad de mantener la comprensión entre las distintas generaciones, lo cual impide que la lengua se modifique demasiado rápidamente o demasiado lentamente. Ahora bien, y este sería el tercer principio de la neología, cuando una lengua tiene necesidad de una palabra, se acomoda o la acomoda. (Guerrero Ramos, 1995: p.11)

Para saber si una lengua tiene realmente necesidad de incorporar nuevos términos, esto es, si un neologismo es realmente necesario y útil en el modelo de comunicación que lo incluye, dice Guerrero Ramos (2007: p.15) que hay que atender a su valor sociolingüístico⁶, es decir, hay que observar “la frecuencia del uso del término,

⁴ Respecto al criterio de inestabilidad, se refiere a las diferencias formales que puede tener un determinado neologismo dependiendo de, por ejemplo, el libro de estilo de cada diario: si utiliza guion, si aparece entre comillas, en cursiva, etc.

⁵ Para Álvarez González (2006: p.166), el purismo léxico tiene que ver “con la transmisión de una generación a otra de la suma esencial del léxico con el fin de asegurar la comunicación intergeneracional”. Ahora bien, el léxico es continuamente atravesado por fuerzas innovadoras, y por tanto, su composición, “su norma en un tiempo dado, se lleva justamente a cabo por la acción contradictoria de las fuerzas de conservación y las fuerzas de innovación”.

⁶ Según Guerrero Ramos (1995: p.14) y Álvarez González (2006: p.165) siguiendo a Auger y Rousseau, el valor sociolingüístico es una de las cinco condiciones es una de las cinco condiciones a las que debe someterse un neologismo para ser aceptado lingüísticamente. Las otras cuatro condiciones son: la conformidad con las estructuras fonológicas y ortográficas de la lengua general estándar; la amplitud semántica evitando provocar alusiones desagradables o connotaciones despectivas; el valor de integración a la lengua según el plano sintagmático, el

su disponibilidad, su comprensión, su irradiación [campo de acción], el juicio positivo o negativo por parte del usuario, su difusión en el interior y en el exterior del campo al cual hace referencia, etc.”.

Lázaro Mora (c.p. Vilches, 2006: p.223) es más directo y apunta a que “los neologismos son precisos siempre que hagan falta; y esta perogrullada es la única regla para desarrollar una política común por parte de los medios de comunicación”. Puede referirse Lázaro Mora en esta cita al criterio onomasiológico⁷ por el que un neologismo ha de ser aceptado lingüísticamente: el de que no debe hacer la competencia a otros términos, ya sean neologismos o no.

La realidad que encontramos es que las voces neológicas a menudo hacen la competencia, o mejor dicho, conviven con términos ya aceptados que designan la misma realidad, y esto desencadena en un polimorfismo (*coche y automóvil, jamón y pernil, ordenador y computadora*). La razón, como señala Alvar Ezquerro (2008: p.11), es que “las transformaciones que se producen en el conjunto del vocabulario de una lengua no son radicales ni instantáneas: no hay una palabra que aparezca un día para sustituir a otra que a partir de ese momento deja de emplearse como si estuviese proscrita”.

1.1. EL FUTURO DEL NEOLOGISMO: SU INCORPORACIÓN EN EL DICCIONARIO

Si ya resultaba difícil definir el concepto de neologismo por la dificultad que implica documentar su fecha de nacimiento, más difícil todavía va a ser precisar a partir de qué momento una voz neológica, –sea del tipo que sea, no solo periodística–, deja de serlo para entrar a formar parte del grueso de la lengua patrimonial.

plano paradigmático y el plano transformacional; y el criterio onomasiológico (nota al pie siguiente).

⁷ El criterio onomasiológico se refiere a que el término nuevo no debe competir con otros términos, sino que deberá ser el único utilizado para expresar una determinada noción. “La proposición de alternativas neológicas para reemplazar un préstamo favorece así paradójicamente su conservación” (Álvarez, 2006: p.165)

La aparición de neologismos va a dar lugar a problemas objetivos respecto a cuáles serán las etapas de la vida y el futuro de dichos términos. Como dice García Barreno⁸, “no hay que olvidar que, por definición, el neologismo está condenado a dejar de serlo; o se afianza definitivamente en la lengua que lo recibe o se retira”.

El neologismo, pues, tiene varios posibles caminos de vida: puede optar por su adaptación fonética al español, puede conservar su grafía original, se puede desechar y continuar empleando el equivalente en nuestro idioma, puede acabar introduciéndose en el diccionario o, por el contrario, puede desaparecer de igual forma que ha nacido.

Lo que sí está claro es que, ya se trate de un descubrimiento científico, de un progreso industrial, de una modificación en la vida social, de un movimiento ideológico, de una nueva manera de sentir o de comprender, de un enriquecimiento del dominio moral, el neologismo constituye una necesidad imperiosa y todo el mundo crea palabras nuevas, tanto el sabio como el ignorante, el teórico como el pragmático. Y las oímos y las empleamos todos los días, sin alarmarnos, sin darnos cuenta, entendiéndolas y haciéndonos entender. (Guerrero Ramos, 1995: p.11)

Lo cierto es que, aunque empleemos cada día palabras que escuchamos o leemos tanto en nuestro entorno como en los medios de comunicación, seamos conscientes o no de que son neologismos, no todas ellas pasan a formar parte del léxico común porque a veces surgen para designar un concepto fugaz que al cabo del tiempo se olvida; ni todas, ni mucho menos, llegan a incluirse en los diccionarios.

Los hay impacientes que piensan que la Real Academia Española tarda demasiado tiempo en introducir los neologismos en su diccionario; demasiado rápido lo hace, sin embargo, piensan los legalistas del idioma. El registro de neologismos por parte de la Academia siempre suscita controversias:

En tiempos tan revueltos como los que nos ha tocado vivir, en que no se puede hablar o escribir prácticamente de nada sin que una o varias personas o asociaciones proclamen inmediatamente su indignación ante lo que ellos toman como imperdonable afrenta, es difícil que una institución como la RAE, especialmente a través de su diccionario, se vea libre de polémica al admitir

⁸ Pedro García Barreno en “Nuevas palabras para nuevos tiempos” (c.p. Vilches, 2008: p.144)

nuevas unidades léxicas, o al mantener las ya admitidas. (Rodríguez Marín, c.p. Almela, 2008: p.107)

Hay que tener en cuenta que los diccionarios siempre representan la última estación de un largo proceso (Anaine, 2009). Primero, el hablante –o el periodista– crean el nuevo término, ateniéndose a la causa que sea. En segundo lugar, para que dicho término pueda ser incluido en el diccionario debe cumplir unos determinados criterios. El *Diccionario del español actual* (DEA, 1999: 13-14)⁹ alega que

es preciso que forme parte del sistema de comunicación de la colectividad y no quede encerrado en la circunstancia concreta del coloquio entre dos o tres personas; esto es, tiene que haber pasado de ser elemento del habla a elemento de la lengua. Cuando esto se produce, lo normal es que entre a incorporarse a la lengua escrita: hecho que, a su vez, facilita su difusión y su instalación en el sistema.

Una vez el término es aceptado por la comunidad de hablantes y esta va mostrando sus preferencias en cuanto a sus variantes, entonces es cuando las academias, que siempre están alerta pero actúan con mucha cautela, estudian, analizan, regulan y, finalmente, incluyen los neologismos. Este proceso puede durar años. Señala Rodríguez Marín (2008) que los testimonios recogidos por el Instituto de Lexicografía, especialmente de las bases del *Corpus de Referencia del Español Actual* (CREA), deben tener una antigüedad de al menos seis años, según las normas internas en vigor. Como apunta el dossier de prensa de la última edición de la DRAE (2014), “solo la necesaria perspectiva que da el tiempo permite dar luz verde a la entrada de las nuevas palabras y acepciones en el cuerpo de la obra, pues el Diccionario aspira a recoger usos cuya vigencia no sea fugaz sino duradera”.

Alvar Ezquerro, autor de *El Diccionario de voces del español actual* y del *Nuevo diccionario de voces del uso actual*, confiesa que se apoyó en el registro o no de las nuevas voces en el DRAE para determinar su carácter neológico, pues “se entiende que el diccionario académico es el punto de referencia incuestionable”¹⁰ al aceptarse, sin

⁹ Fernando Lázaro Mora, en el artículo “Corrección de errores lingüísticos” de Vilches (2006: p.181)

¹⁰ Humberto Hernández en “Neologismos, medios de comunicación y lexicografía. Por unas necesarias interrelaciones” (Vilches, 2006: p.171)

discusión, que contiene el léxico general. También el Observatorio de Neología (OBNEO) basa el procedimiento de selección de las palabras nuevas en el criterio lexicográfico, considerando neologismo “cualquier palabra que no aparezca en un corpus lexicográfico de exclusión previamente establecido, formado por diccionarios prescriptivos y descriptivos”¹¹.

En cuanto a la inclusión de extranjerismos, es cierto que la Academia cada vez se muestra menos reacia. Es el *Diccionario panhispánico de dudas* el que tiene potestad de proponer la adaptación de los extranjerismos crudos¹² a los patrones gráfico-fonológicos del español. Y solamente cuando la adaptación se vea arraigada por el uso, el DRAE lo incluirá en su lecionario general. En su última edición de 2014, como ya lo venía haciendo en las anteriores, el diccionario académico propone que los extranjerismos crudos se escriban con algún tipo de marca gráfica, como la cursiva o las comillas, mientras que los ya adaptados lo tienen que hacer en letra redonda, no obstante, en ambos casos siempre se informa entre paréntesis de la lengua de procedencia. Veamos algunos ejemplos:

blues. (Voz ingl.). m. Forma musical popular surgida entre la población afroamericana del sur de los Estados Unidos de América, que se caracteriza por su ritmo lento y su tono melancólico.

eslogan. (Del ingl. slogan). m. Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc.

Sucede con los extranjerismos que hay quienes los prefieren sin adaptar y quienes se niegan a usarlos a menos que estén registrados. En términos generales, considera Guerrero Ramos (1995: p.44) que es la gente joven la que se muestra más predispuesta a recibir y difundir neologismos, quizá porque han nacido a la par que Internet e inmersos en las nuevas tecnologías, mientras que las generaciones más viejas tienden a permanecer más reticentes y mostrar mayor resistencia, preocupadas por no imponer el “todo vale” y no vulgarizar, como creen que hacen los extranjerismos, nuestro bagaje lingüístico.

¹¹ Ona Domènech Bagaria (c.p. Almela, 2008: p.14)

¹² Los extranjerismos o latinismos crudos son aquellos que no están adaptados sino que se utilizan con su grafía y pronunciación originarias y presentan rasgos gráfico-fonológicos ajenos a nuestra ortografía.

Humberto Hernández (c.p. Vilches, 2006: p.170) y Guerrero Ramos (1995: p.13) coinciden en afirmar que una voz de origen extranjero deja de ser neológica cuando se adapta gráfica y fonéticamente al sistema de la lengua que la recibe. Respecto a la creación morfosintáctica, el neologismo pierde su carácter como tal cuando “sirve de base para la formación de derivados” según las normas generales de derivación (por ejemplo, el anglicismo *gol* ha dado lugar a *golear*, *goleada*, *golazo*, etc.). Y por último, en lo que al neologismo semántico se refiere, este dejará de serlo al desarrollar nuevos sentidos y volverse polisémico.

1.2. TIPOS DE NEOLOGÍA

Ahora bien, dependiendo de la causa que justifique la creación de las nuevas voces, podemos señalar dos tipos diferentes de neología¹³: la neología denominativa y la neología estilística. La neología denominativa reside en la necesidad de dar nombre a un objeto o concepto nuevo, a una realidad nueva, a una idea original (material o intelectual). Esta necesidad y motivación de nombrar hace que se recurra a diversos procedimientos neológicos, sobre todo morfológicos. Según Guerrero Ramos (1995: p.17), “este tipo de creación suele estar presidido por el principio de analogía, que impone recursos de fuerte poder evocador, tales como prefijos, sufijos, procedimientos de composición, etc.”.

Por otra parte, la neología estilística será aquella que no se rija por el criterio de necesidad, sino por la facultad de creación y de expresión subjetiva del individuo. Lo que se busca en este tipo de neología es “la expresividad de la palabra en sí misma para traducir ideas no originales de una manera nueva; para expresar de manera inédita una cierta visión personal del mundo”.

Los neologismos estilísticos son creaciones individuales que no pretenden ir más allá, de ahí su carácter efímero, y su valor para caracterizar la expresión de su creador. La necesidad de los neologismos se pone en entredicho cuando su creación viene a chocar con palabras que ya están en la lengua, o cuando su función termina en el contexto en que se ha empleado, por muy eficaz que pueda

¹³ Alvar Ezquerro (2005: p.4-5) llama a la neología denominativa, neologismos denotativos; y a la neología estilística, neologismos connotativos o estilísticos.

ser comunicativamente en ese momento. Para no sobrecargar la lengua de nuevas formaciones, sobre todo pensando en la eficacia de la comunicación, debe buscarse un equilibrio entre las necesidades expresivas individuales y las designativas de la colectividad (Alvar, 2005: p.5).

Para Cabré, Bayà, Bernal y Freixa (2002: p. 163-165), se pueden distinguir, a su vez, otros dos tipos de neología: la espontánea y la planificada. La neología espontánea puede ser consecuencia de “un acto inconsciente por parte del hablante, que forma una nueva unidad sin darse cuenta de que se trata de una unidad no codificada en las obras lexicográficas”, o bien resultado de la creación de “una nueva unidad para llamar la atención del destinatario”. Por el contrario, la neología planificada tiene como objetivo dotar a una lengua de recursos de expresión y de comunicación propios, es decir, de preservar una lengua, y para ello usa como base las nociones de norma y genuinidad lingüística (Esteban, 2008: p.148-149).

2. TIPOLOGÍA DEL NEOLOGISMO

Existen diferentes clasificaciones sobre la tipología del neologismo porque la neología, como cualquier otro fenómeno lingüístico, está condicionada por factores multidimensionales y complejos y, por ello, es difícilmente reductible a categorías cerradas. No obstante, en líneas generales, la mayoría de los investigadores coinciden en distinguir fundamentalmente dos tipos de neologismos, los que siguen procedimientos internos y los que siguen procedimientos externos.

Los neologismos internos serían los creados en el marco interno de la propia lengua mediante elementos que pertenecen al propio sistema lingüístico, es decir, mediante mecanismos de naturaleza morfológica y semántica, como, por ejemplo, mediante la prefijación (*proetarra*, *macroconcierto*). En el lado contrario, serán considerados como neologismos externos todos aquellos que se creen fuera de los límites de la lengua y mediante elementos ajenos al sistema lingüístico, como sucede con los préstamos (*almohada*), los extranjerismos (*backstage*) y las creaciones *ex-nihilo*¹⁴.

2.1. NEOLOGISMOS INTERNOS

Antes de explicar en qué consisten los neologismos internos, debemos distinguir la neología formal de la neología semántica o de sentido, pues ambas son consideradas procedimientos neológicos internos pero presentan distintos modos de proceder¹⁵.

¹⁴ Las creaciones *ex-nihilo* (locución latina traducida por de la nada o desde la nada) son, según Guerrero Ramos (1995: p.24-25), posibles aunque poco frecuentes debido a su difícil aceptación general. Únicamente podemos hablar de un neologismo creado *ex-nihilo* cuando “se mantiene la conciencia del proceso creador”. Lo que diferencia, por tanto, este tipo de neologismo de los anteriores es que la motivación de su creación solo existe para el autor.

¹⁵ Son muchos los autores que han hecho esta distinción entre neología de forma y de sentido. J.Bastuji habla de neologismo ordinario como la unidad provista de forma y sentido nuevos, y el neologismo de sentido para la acepción nueva ya constituida. H. Pottier-Navarro también distingue entre neología formal y semántica: en la formal debe haber un elemento formal nuevo y puede presentar una suave o fuerte innovación semántica; mientras que en la

Consideraremos la neología formal como un mecanismo de creación de significantes nuevos a partir de elementos que pertenecen al sistema morfológico de la lengua en cuestión, o también a sistemas extranjeros antiguos (griego, latín, etc.) y actuales (inglés, alemán, etc.). La neología semántica constituye igualmente un mecanismo de creación de nuevas voces, pero a partir de la generación de nuevos significados en términos ya existentes en nuestra lengua.

Las páginas siguientes las dedicaremos a detallar los diferentes tipos de mecanismos neológicos, tanto de forma como de sentido, que podemos encontrar en el discurso general de nuestro idioma. No obstante, haremos hincapié en los que son más productivos en el lenguaje periodístico, y los ilustraremos con ejemplos encontrados en los medios de comunicación.

2.1.1. Neologismos de forma

Alvar Ezquerro (2012: p.24) habla de dos mecanismos fundamentales de construcción de unidades léxicas: la composición y la derivación. Estas dos formas de producción neológica son uno de los procedimientos más productivos en el español contemporáneo, así como en cualquier lengua románica. La diferencia estriba en que en la composición “participan dos o más unidades léxicas que pueden aparecer libres en la lengua” (*sacacorchos*) y en la derivación, encontramos un elemento gramatical que no tiene significado por sí mismo (*verdulero*).

Desde el punto de vista de la morfología estructural, la creación de palabras está basada en la analogía como forma de creatividad léxica. Los neologismos no se construyen a partir de procesos específicos de formación de palabras, sino que utilizan, al menos como punto de partida, los mismos patrones y estructuras en los que se basan las unidades ya consolidadas y conocidas de una lengua. Esto es, el proceso analógico sigue el principio general de economía del lenguaje, pues supone la copia e imitación

neología semántica no hay un elemento formal nuevo. Lenoble habla de neologismo de sentido cuando un nuevo sentido es atribuido a una palabra existente y de forma cuando se crea una palabra cuyo significado y significante es completamente nuevo. Encontramos estas clasificaciones en Guerrero Ramos (1995: p.19).

de pautas, esquemas y modelos de las palabras ya existentes y consagradas en la lengua, para dar origen a nuevas formaciones (si de *trabajar* deriva *trabajador*, por la misma regla, de *nadar* derivará *nadador*)¹⁶.

En líneas generales, y a pesar de que no existe un acuerdo unánime entre los lingüistas a la hora de catalogar los distintos mecanismos neológicos, la mayoría de ellos sí coinciden en subrayar que los mecanismos más rentables para nuestro idioma, desde el punto de vista de la productividad, son los procesos de adición de algún elemento lingüístico (morfemas dependientes como prefijos y sufijos, u otras unidades léxicas).

Dentro de los neologismos de forma, hablaremos de los creados mediante prefijación, sufijación, parasíntesis, composición, acronimia y siglación, acortamientos y cruces léxicos.

2.1.1.1. Prefijación

La prefijación es uno de los procedimientos más importantes en la creación neológica y uno de los más utilizados en el lenguaje periodístico. De una manera general, podría afirmarse que los términos prefijados nacen sobre todo en vocabularios especializados para luego pasar al léxico general y ser empleados en cualquier ámbito comunicativo.

Este procedimiento incluye la formación de palabras mediante prefijos vulgares (preposición o prefijo + base) –que se considera tradicionalmente “como parte de la composición, y no de la derivación, pues estos prefijos coinciden con las preposiciones;

¹⁶ Del concepto de analogía y creatividad lingüística hablan Díaz Hormigo en *Neología y creatividad lingüística* (2012: p.87) y Almela Pérez y Montoro del Arco en *Neología y morfología* (2008: p.93-95). Estos últimos plantean una serie de problemas acerca de la regularidad de la analogía, por ejemplo, porque puede darse el caso de que exista más de un modelo para la creación de una nueva forma, por lo que habría que determinar cuál de ellos se constituirá como patrón del neologismo.

esto es, se unen dos elementos independientes de la lengua” (Alvar, 2012: p.42)¹⁷-, como a la prefijación culta (pseudoprefijo + base), en la que intervienen elementos cultos de origen grecolatino, afijados o unidos a un lexema patrimonial, y que suelen ser introducidos en palabras creadas artificialmente en lenguajes como el científico y el técnico. Del latín adquirimos por ejemplo prefijos como *intra-*, *infra-*, *supra-*, *ultra-*, *maxi-*, *mini-*, etc., del griego otros como *auto-*, *hiper-*, *micro-* o *poli-*.¹⁸ Como en estas lenguas antiguas estos prefijos eran formas libres, a menudo pueden tildarse y lexicalizarse.

En el momento en que estos términos abandonan el lenguaje especializado y pasan a formar parte de nuestro léxico común, dan lugar a derivados y compuestos sin cesar (*autocrítica*, *autobiografía*, *autoabastecimiento*, *infravalorar*, *infravaloración*, *infravalorado*, *radiotelevisar*, *radiotelevisión*)¹⁹.

Un rasgo característico de los neologismos por prefijación, sobre todo en prensa, es la frecuente utilización del guion entre el prefijo y la base, debido quizá a que la conexión semántica entre ambos es menos rígida que la que existe entre los sufijos y la base (*anti-americanismo*, *co-gobernar*). No obstante, según la última *Ortografía de la lengua española* (2010: p.420-421), es preferible que los prefijos aparezcan soldados gráficamente a la base cuando esta sea una sola palabra (*proamericano*), y separados cuando la base sea pluriverbal (*ex primer ministro*). Respecto al uso del guion, las normas ortográficas señalan algunos casos concretos como cuando el prefijo se une a una sigla (*mini-PC*) o a una palabra escrita con inicial mayúscula (*pro-Mandela*) para evitar la contigüidad de mayúsculas y minúsculas. Otro caso que nos puede interesar es cuando se usa el guion para “enfatar el valor semántico del precomponente” y “favorecer una adecuada interpretación” (ej.: Ambos cirujanos *co-operan* los jueves por la tarde).

Debido al gran número de prefijos existente, nombraré solo a algunos de ellos, los que, siguiendo la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.114), son los más frecuentes y productivos en la neología periodística actual. Los clasificaré atendiendo a los campos nocionales que representan.

¹⁷ El prefijo vulgar se antepone a la palabra base y puede tener, o no, independencia de ella como preposición, por ejemplo, es independiente y por tanto separable la *a-* de *apolítico*, pero no lo es el *re-* de *reencuentro* (Alvar, 2012: p.42).

¹⁸ Ejemplos extraídos de *Neologismos en el español actual* de Guerrero Ramos (1995: p.26)

¹⁹ Ejemplos extraídos de *La formación de palabras en español* de Alvar Ezquerro (2012: p.46)

Valor semántico	Prefijos	Ejemplos
Negación, oposición, contrariedad	<i>anti-</i>	antisistema, antibelicista, antimosquitos...
	<i>contra-</i>	contramedida, contradiscurso, contragolpe...
	<i>des-</i>	desprivatizar, desglobalización, despresurizar...
	<i>in-, i-</i>	intragable, ilocalizable, ilegalizado...
	<i>no</i>	no proliferación, no agresión...
Posición	<i>post-/pos-</i>	posfranquismo, posmodernidad, postreflexivo...
	<i>pre-</i>	preaviso, prepolítico, precampaña...
	<i>inter-</i>	interterritorial, intermunicipal,
	<i>co-/con-</i>	codirigir, coguionista, copatrocinador, colíder...
	<i>pro-</i>	pro-ruso, proeuropeo, proetarra...
	<i>sobre-</i>	sobrerrepresentar, sobreexplotación...
	<i>supra-</i>	supraautonómico, suprapartidario...
	<i>sub-</i>	subregión, subcomandante, subpartido...
	<i>infra-</i>	infrautilizar, infravalorada, infrarrepresentado...
	<i>extra-</i>	extraacadémico, extradeportivo...
	<i>meta-</i>	metacampus, metaevolución...
	<i>retro-</i>	retroalimentación, retro-excavadora...
Número, cantidad y tamaño	<i>bi-/tri-</i>	bidimensional, bigoleador, tripartidismo...
	<i>micro-</i>	microcrédito, microespacio, microclima...
	<i>mini-</i>	miniestadio, minibasket, minivacaciones...
	<i>multi-</i>	multicentro, multidisciplinar, multiformato...
	<i>uni-</i>	unilateral, unipartidismo, unicultural...
	<i>mono-</i>	monocolor, monoplaza, monopatín...

	<i>pluri-</i>	pluriactividad, pluripartidismo, pluriempleado...
	<i>poli-</i>	politraumatismo, poloclínico, policíclico...
	<i>semi-</i>	semi estadio, semipolítica, semi-desnudarse...
	<i>nano-</i>	nanotecnología, nanofibra, nanocompuesto...
Iteración	<i>re-</i>	reinversión, redimensionar, reajustar, rearmar...
Calificación	<i>neo-</i>	neofranquista, neosacerdote, neoliberal...
	<i>seudo/pseud-</i>	seudointelectual, pseudoautónomo,
Intensificación	<i>super-</i>	supereconómico, superliga, superfamoso...
	<i>macro-</i>	macroconcierto, macroacuerdo, macroproyecto, macroempresa, macroencuesta...
	<i>mega-</i>	megaoferta, megatienda, megafigura...
	<i>hiper-</i>	hiperliderazgo, hiperfemenina, hiperpotencia...
	<i>maxi-</i>	maxi-cine, maxiproceso, maxiimpacto...
	<i>extra-</i>	extraligero, extrafino, extra-largos...
	<i>ultra-</i>	ultraliberal, ultraconservador, ultramoderno...
	<i>archi-</i>	archifamoso, archienemigo, archiconocido...

Tabla 1. Prefijación. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.114-154)²⁰

Dentro de la prefijación, podríamos hacer una distinción, en líneas generales, entre los prefijos apreciativos y los no apreciativos. Los primeros son los que, al unirse a la base léxica, aportan al neologismo una significación subjetiva (sentimientos y

²⁰ Los ejemplos utilizados están extraídos del libro de Guerrero Salazar (2007) *La creatividad en el lenguaje periodístico*, y corresponden a términos reales que aparecieron en los medios de comunicación escritos mientras la autora realizaba su investigación.

juicios de valor del hablante). Son los que en la tabla anterior aparecen resumidos en la última categoría: la de intensificación. Los sufijos apreciativos,

se añaden a numerosos sustantivos, adjetivos y ocasionalmente también a otras clases de palabras, para expresar tamaño, atenuación, encarecimiento, cercanía, ponderación, cortesía, ironía, menosprecio y otras nociones –no siempre deslindables con facilidad– que caracterizan la valoración afectiva que se hace de las personas, los animales o las cosas (RAE, 2009: p.627)

Muchos de los prefijos anteriormente señalados en la tabla comparten significado común, como pueden ser *multi-/pluri-/poli-*, *micro-/mini-* o *macro-/mega-*. El uso de una u otra forma es arbitrario, pues no hay reglas fijas que regulen su empleo, sino que dependerá de la situación comunicativa o de las preferencias de cada hablante. No obstante, hay algunos de ellos cuyo uso está más estandarizado, como sucede con los apreciativos *súper-* o *mega-*.

Por otro lado, debemos también señalar la relevancia que están adquiriendo hoy en día otras formas prefijales por la irrupción de las nuevas tecnologías y la influencia del inglés, sobre todo, en el lenguaje técnico que a ellas se refiere, se ha comenzado a normalizar en nuestro idioma la prefijación a través de formas como *e-* (electrónico, como *e-comercio*, *e-business...*), *u-* (ubicuo, como *u-aprendizaje*), *m-* (móvil, como *m-learning*) o *i-* (para productos de la marca comercial Apple, como *iPhone*, *iPad...*). Estos prefijos, a excepción del último, aparecen separados por un guion porque todavía no ha transcurrido el tiempo suficiente para que su fusión con la base léxica sea aceptada y considerada familiar.

Si analizamos el discurso de los medios de comunicación podemos concretar, basándonos en Montoro del Arco (2012: p.100), que el prefijo vulgar más recurrido es *anti-*, ya sea adjuntado a nombres propios (*anti-Obama*, *anti-Bush*), a topónimos (*antisiria*, *anti-Bolonia*, *antichina*), a nombres comunes (*anti-incendios*, *anti-envejecimiento*, *antidisturbios*, *antitabaquismo*), a adjetivos (*antiestatal*, *antidialogante*), a préstamos (*anti-malware*, *antinfluenza*), a siglas (*anti-opa*, *antispam*), y un largo etcétera. Respecto a los prefijos apreciativos, *super-* es el más fructífero pues, con la única función de enfatizar y realzar el significado del término primitivo, se puede emplear en la intensificación de casi todas los sustantivos (*superbanco*, *supercoche*, *supergarantía*), adjetivos (*superdeportivo*, *supercontento*, *superguay*) y adverbios (*superlejos*, *supercerca*).

Servía de arranque a una enorme cantidad de vocablos, a los que aportaba la idea de que la sustancia o cualidad con que aparecía desposado excedían mucho de lo normal (...) Y así, *super-* se convirtió en un arma imprescindible de la publicidad oral y escrita, que hacía de una película una *superproducción*, de un gran mercado un *supermercado* (luego, un *súper*), de un equipo un *supercampeón*, de un espía de celuloide un *superagente*, de una gasolina con más octanos un *supercarburante* (más tarde, la *súper*) (...). (Lázaro Carreter, 2003: p.43)

Por otra parte, existen los llamados prefijoides o pseudoprefijos²¹, bien sean lexemas de origen culto, provenientes de lenguas cultas grecolatinas (*bio-*, *aero-*), bien sean lexemas nacidos de acortamientos²² modernos (*foto-*, *tele-*). Los prefijoides poseen una gran productividad en el léxico actual y son especialmente rentables en el lenguaje periodístico que se emplea en los textos especializados. Según los estudios de García Platero²³, los más productivos en prensa son *aero-*, *agro-*, *auto-*, *ciber-*, *eco-*, *euro-*, *foto-*, *narco-*, *neo-*, *radio-* y *tele-* (Guerrero Salazar, 2007: p.155).

Su gran autonomía semántica favorece que muchas veces los encontremos separados de la base mediante un guion (*tele-botellón*), incluso algunos de ellos tienen la capacidad de funcionar por separado como palabras con sentido pleno (*foto*, *tele*, *radio*, *vídeo*). Veamos algunos ejemplos de prefijoides en la tabla siguiente:

Ámbitos	Prefijoides	Ejemplos
Científico / técnico	<i>electro-</i>	electrocardiograma, electrodomésticos...
	<i>tecno-</i>	tecnoeconómicas, tecnoparlantes...
	<i>psico-</i>	psicotécnico, psicotrópico, psicosocial...

²¹ Hay infinidad de teorías sobre la clasificación de los prefijos cultos y sus formaciones resultantes son objeto de polémica, ya que hay autores que las consideran compuestas y otros que las consideran formas prefijadas. En esta ocasión, he seguido la clasificación que Guerrero Salazar hace en *La creatividad del lenguaje periodístico* (2007: p.155) y ella adopta por incluirlos dentro de la derivación porque “desde el punto de vista sincrónico, debido al proceso de gramaticalización sufrido, funcionan de modo similar a los prefijos”.

²² No hay que confundir el término *acortamiento* al que se refiere Guerrero, con el que utiliza Alvar Ezquerro (2012: p.47) para definir el “proceso diametralmente opuesto a la composición”.

²³ El estudio de García Platero (1998) se basa en el análisis de periódicos y semanarios de información general entre los años 1990 y 1996.

	<i>neuro-</i>	neurocirugía, neuroestética, neuroestimulador...
Informática	<i>ciber-</i>	cibermedio, ciberperiodismo, ciberterrorismo...
	<i>info-</i>	infoentretenimiento, infografía, info-show...
	<i>net-</i>	net-economía, netadicto, netmeeting...
Comunicación	<i>video-</i>	videoarte, videovigilancia, videollamada...
	<i>foto-</i>	fotoperiodismo, fotonoticia, fotodegradable...
	<i>tele-</i>	teletrabajo, teleoperador, telerealidad...
	<i>radio-</i>	radiofármaco, radiodifusión, radiobúsqueda...
Otros	<i>bio-</i>	bioacumulación, bioterrorista, biocombustible...
	<i>auto-</i>	autovaloración, autocaravana, autogol...
	<i>eco-</i>	ecosocialismo, ecopacifistas, ecopublicitario...
	<i>euro-</i>	eurocomisario, euroescépticos, euroahorro...
	<i>narco-</i>	narcoterrorista, narcotráfico, narcoguerrilla...
	<i>bici-</i>	bicicross, bicitaxi, bicimensajería...
	<i>porno-</i>	pornoestrella, pornostar, pornopolítico...
	<i>petro-</i>	petrodólar, petrocasa, petromonarca...
	<i>anarco-</i>	anarcoecologismo, anarcosindicalista...

Tabla 2. Prefijoides. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.155-169)

2.1.1.2. Sufijación

Sin duda, la sufijación (base + sufijo) es el procedimiento de derivación más rentable y productivo para la formación de palabras en español, y el que mejor satisface las tendencias léxicas que imponen los medios de comunicación como la creación de términos meramente expresivos o humorísticos (*triumfitos, personajillos*), el contagio con el lenguaje coloquial (*famoseo, alucine*) o la propensión a adjuntarse a nombres propios (*aznaridad, thatcheriano*), entre otros (Guerrero Salazar, 2007: p.59).

[La sufijación] ha tenido una gran vitalidad a todo lo largo de la historia de la lengua, y aún hoy sigue siendo muy rentable, no solo por la pervivencia de elementos formados en el pasado, sino también por la creación de muchos neologismos mediante sufijos. Es más, a ambos lados del Atlántico el procedimiento posee una vitalidad similar, aunque con manifestaciones distintas, en ocasiones chocantes para los de la otra banda, como puede ocurrir en España con *balear, balacera, bancazo o avionazo*, si bien los medios de comunicación hacen que tales formaciones sean cada vez menos extrañas para unos y otros (Alvar, 2012: p.53).

A diferencia de los prefijos, los sufijos carecen de existencia independiente y pueden cambiar la categoría gramatical de la base de derivación para generar clases de palabras concretas, pues poseen mayor grado de especialización (por ejemplo, el sufijo *-oso* se añade a bases nominales para crear adjetivos, como en *maravilla-maravilloso*).

A la hora de establecer una clasificación, cada autor lo hace de manera distinta dada la infinidad de sufijos que existen en nuestro idioma y la complicada trama de relaciones y dependencias que se crean según la clase gramatical de la base o según la de la nueva palabra originada (Guerrero Ramos, 1995: p.30). Con todo, hay que tener en cuenta que un mismo sufijo puede añadir significados distintos (el sufijo *-azo* tiene un valor positivo en *exitazo*, pero negativo en *topicazo*) y que un mismo significado puede ser expresado a través de diferentes sufijos (podemos encontrar cierta ironía en *personajillo* y en *juegucito*, y empleamos sufijos diferentes).

Al igual que sucedía en la prefijación, también aquí encontramos sufijos apreciativos y no apreciativos. Se trata de los aumentativos y diminutivos, a veces con

carácter despectivo o peyorativo²⁴ y que, en el marco de la comunicación periodística, aparecen, sobre todo, en el periodismo de opinión, con la intención de potenciar la expresividad y de aportar matices de humor, ironía, sarcasmo, etc. Los sufijos apreciativos, a diferencia de la mayoría de los que no lo son, no modifican la categoría gramatical de la palabra en la que se aplican sino que alteran, en cierta medida, su significado.

Aunque es cierto que existen convencionalismos a la hora de aplicar unos determinados sufijos a las bases léxicas, los aumentativos y diminutivos pueden emplearse de forma libre, en función del estilo de cada hablante, del registro de habla más o menos coloquial y del contexto comunicativo en el que este se encuentre.

Sin tener en cuenta la categoría gramatical, estos son algunos de los sufijos más frecuentes en nuestros medios de comunicación, según la clasificación de algunos autores como Guerrero Salazar (2007):

Tipo de sufijo	Sufijo	Connotación	Ejemplos
Diminutivos	<i>-illo / -illa</i>	Valor peyorativo y función aminadora.	politiquillo, personajillo, listillo, rojillo...
	<i>-ito / -ita</i>	Sentido irónico, con independencia de que ser adjetivos o sustantivos.	clarito, españolito, juegucito, recadito, manita, parejita, modelito, piquito...
Aumentativos	<i>-ón / -ona</i>	Sentido ponderativo-positivo.	sorpresón, entradón, paradón, subidón...
		Sentido negativo y despectivo.	patadón, derechona, izquierdona, insultón...
	<i>-azo / -aza</i>	Simple función aumentativa.	visionazo, morbazoo...
		Sentido positivo-ponderativo.	exitazo, partidazo, minutazo, artistazo,

²⁴ Tanto los aumentativos como los diminutivos pueden transmitir una intención despectiva o peyorativa. Los diminutivos por la sensación de desprecio que pueden suponer (*politiquillo*), los aumentativos porque a menudo la idea de gran tamaño se asocia con la fealdad o a comportamientos negativos (*insultón*).

		Admiración.	porterazo...
		Función despectiva y valor negativo.	topicazo, mamonazo, peñazo...
	<i>-ísimo /-ísima</i>	Sentido positivo. Alusión a personas y hechos importantes.	torerísimo, campeónísimo, finalísima...
		Connotaciones paródicas.	nietísima, hermanísimo, cuñadísimo...

Tabla 3. Sufijos apreciativos. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.60-71)

Los sufijos no apreciativos son, a diferencia de los anteriores, semánticamente objetivos y suelen variar la categoría gramatical de la palabra en la que se aplican. Sin embargo, en ocasiones, la línea fronteriza entre los sufijos apreciativos y los no apreciativos es confusa en el lenguaje periodístico, debido a que estos últimos pueden adquirir carácter disfemístico²⁵ en determinados contextos. A continuación, mostramos algunos de estos sufijos que se encuentran a caballo entre la sufijación apreciativa y la no apreciativa:

Sufijo	Connotación	Ejemplos
<i>-ada</i>	Sentido despectivo. Manifestaciones públicas de desacuerdo.	españolada, cantada, domingada, mejicanada, cacerolada, huevada...
	“Acción realizada por”, adjuntada a nombres propios.	garzonada, maragallada, pantojada, zapaterada...
	En lenguaje deportivo: sentido positivo y negativo.	remontada
<i>-ero / -era</i>	Sentido negativo. En lenguaje político: unido a siglas.	populero, pastillero, culebrero, peperero...
<i>-oso / -osa</i>	Valor peyorativo.	fachosa, izquierdoso...
<i>-erío / -ería, -ía</i>	Peyorativo. Cualidades humanas que debieran ser	rojerío, pijerío, macarrerío...

²⁵ El *difemismo* es el contrario al eufemismo. Llamamos *difemismo* a la palabra o expresión vulgar o despectiva que se utiliza en lugar de otra más neutral.

	censuradas.	
<i>-itis</i>	Sentido metafórico: comportamientos negativos habituales.	ejecutivitis, futbolitis, madriditis, muditis, centralitis, protagonitis...
<i>-oide</i>	Sentido negativo.	infantiloide, románticoide...
<i>-ólogo / -óloga</i>	Designa profesiones ("especialista en") con carácter humorístico.	cubanólogo, aznarólogo, cocólogo, donjuanólogo...
<i>-manía</i>	Indica "afición desmedida"	chistemanía, futbolmanía, móvilmanía, pokemanía...
<i>-cracia</i>	"Dominio o poder" con carácter lúdico.	felipecracia, vaginocracia, senocracia...

Tabla 4. Sufijos a caballo entre la apreciación y la no apreciación. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.72-83)

Por último, y como sería imposible reunir todos y cada uno de los sufijos no apreciativos (además de que no es competencia de mi trabajo), voy a limitarme a nombrar algunos de ellos, los que más presencia tienen en los medios de comunicación según Guerrero Salazar (2007) y lo haré atendiendo a la categoría gramatical de la nueva palabra creada. Así, podemos hablar de la sufijación nominal, verbal y adjetival.

La sufijación nominal o nominalización (Romero, 1999: p.87) es el proceso periodístico por excelencia. En los medios de comunicación vemos constantemente el empleo de sustantivos abstractos creados con los sufijos *-ismo*, *-ción* y *-dad*, entre los más frecuentes y productivos. Su empleo también tiene que ver con la tendencia del lenguaje periodístico por utilizar términos largos, quizá contagiado por el lenguaje político, términos que, en ocasiones, pueden ser incluso erróneos e innecesarios (*receptibilidad* en lugar de *receptividad*, *redondeamiento* en lugar de *redondeo*).

Estos "largos" neologismos creados más por estética que por necesidad son palabras archisílabas. Como indica Alcoba Rueda (c.p. Montoro del Arco, 2012: p.16), "la neología del archisílabo consiste en sustituir voces patrimoniales mediante innovaciones léxicas formadas por una o más afijaciones sucesivas desde la base

patrimonial”, en otras palabras, alargar las voces ya existentes con nuevas derivaciones para dar lugar a palabras polisilábicas, cuanto más largas mejor²⁶.

SUFIJACIÓN NOMINAL		
Sufijo	Valor semántico	Ejemplos
<i>-ismo</i>	Describir actitudes políticas.	pancarterismo, reaccionarismo, chaqueterismo...
	Adjunto a nombres propios.	felipismo, chavismo...
	Adjunto a topónimos (deporte).	barcelonismo, madridismo, sevillismo...
<i>-ción</i>	Adjunto a nombres propios	guevarización, berlusconización...
	Adjunto a topónimos	israelización, mexicanización...
	Tendencia esnobista del periodismo.	contrastación, presupuestación, priorización...
<i>-dad</i>	“Cualidad de algo”	sostenibilidad, laicidad, penosidad, empleabilidad...
<i>-miento</i>	Acción y efecto.	sobrepasamiento, relanzamiento, acuchillamiento, empantanamiento...
<i>-dor / -dora</i>	Nombres de profesiones. Utilizado en lenguaje deportivo.	jibarizador, fichador, alineador...
<i>-aje</i>	Técnica.	arbitraje, minutaje, kilometraje, meritoriaje...
<i>-e</i>	Terminología deportiva.	rechace, descarte, entrene, desparrame, flipe...

²⁶ Son muchos los autores que se han referido a los neologismos archisílabos. En su artículo “Morfología de las palabras archisílabas” (c.p. Montoro del Arco, 2012), Alcoba Rueda reúne alusiones de Arteta (1995) “el archisílabo revuelve el significado [de] *ejercitar* por ‘ejercer’, varía el ‘sentido’”; (2005) “son palabras preferidas a otras de igual significado, o creadas ex profeso [al decir] ‘connotación’ cuando solo queremos decir *matiz*”; (2008) “[palabras] preferidas por su mayor largura o inventadas a fuerza de estirar el número de sus sílabas”.

-eo	Carácter coloquial.	pachanguero, penduleo, famoseo, cameo, botelleo, mamoneo, petardeo...
-----	---------------------	---

Tabla 5. Sufijación nominal. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.84-99)

La sufijación adjetival destaca en periodismo por su capacidad para sintetizar la expresión y entre los sufijos más productivos encontramos *-ista*, *-al*, *-ano*, *-ble*, *-nte*, *-dor*.

SUFIJACIÓN ADJETIVAL		
Sufijo	Valor semántico	Ejemplos
<i>-ista</i>	“Partidario o seguidor de”. También en deportes.	autodeterminista, madridista, barcelonista, sevillista, interista...
	Adjunto a nombres propios.	felipista, zapaterista, reaganista...
<i>-al</i>	“Relativo o perteneciente”. Técnicismos.	poblacional, dotacional, objetual, prestacional, gravitacional, educacional...
<i>-ano /-ana</i>	Deonomástico. “Cualidad”.	orwelliano, berlusconiano, maragalliano...
<i>-ble</i>	“Que puede llegar a ser, estar o convertirse”	filmable, musicalizable, asesinable, penalizable, orientable, mantenible...
<i>-nte</i>	Adjetivo activo.	masacrante, menospreciante, sonrojante, desequilibrante, presionante...
<i>-dor /-dora</i>	Adjetivo activo.	regateador, intensificador, englobador...

Tabla 6. Sufijación adjetival. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.99-108)

En tercer y último lugar, la sufijación menos productiva y frecuente en el lenguaje periodístico es la sufijación verbal. Los sufijos verbales son limitados a diferencia de los nominales o adjetivales, cuyo abanico es abierto y sujeto a variación. La neología verbal afecta fundamentalmente a los verbos de la primera conjugación e, incluso, los nuevos verbos creados pueden suplantar a otros ya existentes en otras conjugaciones (*influnciar* por *influir*, *promocionar* por *promover*) (Guerrero Ramos, 1995: p.30).

Los sufijos verbales más productivos son los que se unen a bases sustantivas o adjetivas, a las que añade el sentido de “acción” y en ocasiones un valor nuevo

(sufijación mediata)²⁷. Entre los más frecuentes destacan *-izar*, *-ificar*, *-ionar* o *-ear*. Su incorporación se debe quizá a que el léxico español está adoptando cada vez más morfemas procedentes de lenguaje científico, técnico, administrativo, etc. y, de nuevo, al gusto del periodismo por utilizar siempre palabras más largas (*idolatrizar* por *idolatrar*).

SUFIJACIÓN VERBAL		
Sufijo	Valor semántico	Ejemplos
<i>-ear</i>	Sentido "frecuentativo". En ocasiones peyorativo.	pendulear, mensajear, chatear, marrullear, papear, amarillear, tontear, gandulear...
	Adjunto a nombres propios.	borbonear, maradonear...
<i>-izar</i> / <i>-ificar</i>	"Convertir en", "llevar a la condición de".	masterizar, esponsorizar oscarizar, ultimizar, iberoamericanizar, derechizar, cristalizar...
		mitificar, santificar, eternizar, ...
	Adjunto a nombres propios y topónimos.	vangaalizar, guadianizar, cubanizar, brasileñizar...
<i>-ionar</i> / <i>-ar</i>	"Acción propia de"	repcionar, tensionar, descongestionar, anexionar, interaccionar...

Tabla 7. Sufijación verbal. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.108-114) y Guerrero Ramos (1995: p.30)

2.1.1.3. Parasíntesis

La parasíntesis²⁸ es uno de los mecanismos más rentables para la formación de palabras y no consiste más que en hacer un uso simultáneo de la sufijación y la

²⁷ Alvar Ezquerro (2012: p.66) hace una distinción entre sufijación verbalizadora inmediata (también llamada simple o impropia) mediante la cual se añade un sufijo verbal a una base léxica con el consiguiente cambio de categoría gramatical; y sufijación mediata, cuando además se le añade a la palabra creada un valor nuevo y diferente. En la sufijación mediata el más productivo es *-ear* (*plantar* / *plantear*)

²⁸ El análisis de la parasíntesis ha generado controversia entre los lingüistas ya que hay quienes no lo consideran un procedimiento neologístico distinto del resto de mecanismos de afijación.

prefijación (prefijo + base + sufijo, como *antitabaquismo* o *multirracial*), o de la sufijación y la composición –esta última menos productiva pero con términos llamativos en prensa como *cortoplacismo*: “tendencia a resolver a corto plazo”– (Guerrero Salazar, 2007: p.205). De esta manera, todos los derivados que surjan de este proceso de adición serán considerados términos parasintéticos (Alvar, 2012: p.71). Hay gran cantidad de formas parasintéticas en nuestro idioma y la mayoría de ellas se han creado utilizando patrones recurrentes como los siguientes:

Sufijo	+ Prefijo	Ejemplos
a-	-ecer	atardecer, anochecer...
	-ar	aprisionar, amueblar...
en-	-ecer	entristecer, enriquecer...
	-ar	emplatar, enclaustrar...
des-	-ar	descamisar, descalzar...
	-ado / -ada	desclerizado, desjoyado...
	-ción	desmutualización, despolicialización...
in- / ir-	-ble	inabdicable, irreconducible...

Tabla 8. Parasíntesis. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.203-205)

2.1.1.4. Composición

El proceso de formación de palabras por composición consiste en la unión de dos términos independientes, de manera que estos pueden funcionar tanto en el compuesto como fuera de él. La unidad léxica resultante de esta unión tendrá un significado nuevo que no necesariamente coincidirá con la suma de los significados de los términos integrantes. No obstante, estos términos siempre guardarán una relación de dependencia, pues uno de los ellos determinará o modificará al otro (*pisapapeles*, *aguardiente*).

Aunque es cierto que la composición es menos productiva en español en comparación con los procedimientos de derivación y con las lenguas germánicas, en el ámbito periodístico encontramos gran abundancia de términos compuestos. Se debe, según Alvar Ezquerro (1999: p.140), a que es un mecanismo que manifiesta muy bien la expresividad buscada en este lenguaje. Además, permite la síntesis –por ejemplo en titulares– y es muy eficaz en los calcos y adaptaciones del inglés a nuestro idioma (Guerrero Salazar, 2007: p.170).

Tal y como se entiende en nuestro marco teórico, la composición es un procedimiento morfológico que opera, por lo tanto, en el seno de la forma de palabra. Une raíces de formas de palabra, no formas de palabra. Es importante subrayar desde el principio que un compuesto no es un sintagma, sino una forma de palabra, aunque (...) los compuestos parecen ocupar una posición intermedia entre la morfología y la sintaxis (Montoro del Arco, 2012: p.118)²⁹.

Atendiendo a este carácter híbrido que parece tener el término compuesto al situarse entre la morfología y la sintaxis, hay autores que distinguen entre dos tipos de compuestos: los compuestos libres, cuando la unión de los dos términos tiene propiedades semánticas, fonéticas y combinatorias acordes a nuestro idioma, se forman en el proceso del habla y no es necesario que se registren en el diccionario (*político-económico*); y los compuestos fraseológicos cuando no ocurre nada de lo anterior. Estos últimos son objeto de la lexicología y deben tener una entrada en el diccionario, debido a que sus términos integrantes no se pueden descomponer y tampoco pueden ser seleccionados libremente (decimos *blanquiazul* pero no *azulblanco*). Cuando el significado del término resultante es igual a la suma de los componentes, hablamos de compuestos fraseológicos composicionales (*sordomudo*, *cejijunto*), y cuando no ocurre, de no composicionales (*boquiabierto*, *lavaplatos*) (Montoro del Arco, 2012: p.119-120).

Almela Pérez (1999: p.145) clasifica los compuestos en preposicionales, sintagmáticos y yuxtapuestos u ortográficos, al igual que lo hace Guerrero Salazar (2007: p.170) “según el grado de fusión entre los elementos del compuesto, los cuales pueden aparecer unidos gráficamente o no”.

²⁹ Artículo de Margarita Alonso Ramos titulado “Neología y creatividad en el léxico y la sintaxis” (p.113-136).

Para Guerrero Ramos (1995: p.32), siguiendo a Émile Benveniste, existen dos tipos de formaciones compuestas: por un lado, las unidades léxicas simples o conglomerados “que unen dos o varios términos ya existentes constituyendo una nueva unidad de significación” (*limpiaparabrisas*); y por otro, las unidades léxicas complejas o sinapsias “que no se distinguen de los sintagmas habituales si no es por el hecho de que designan una realidad precisa, eventualmente nueva o desprovista de significación hasta el momento” (*pirata informático*³⁰).

Alvar Ezquerro (2012: p.25) relaciona la sinapsia con la fraseología, pues dice que es de naturaleza sintáctica y no morfológica como sucede en los derivados y en otros compuestos. Normalmente, esta relación sintáctica se realiza en español mediante preposiciones como enlaces, por lo que, si nos guiamos a la clasificación de Almela Pérez (1999: p.145), la sinapsia estaría relacionada con los compuestos preposicionales. Sin duda, las creaciones sinápticas más productivas vienen de la mano de la preposición *de*.

Preposición	Ejemplos
<i>de</i>	silla de ruedas, gol de oro, sala de espera, rueda de prensa, traje de luces, betún de Judea, buzón de voz, estrella de mar, hoja de ruta, patas de gallo, plan de pensiones, conejillo de indias, máquina de coser, toque de queda, cuaderno de bitácora, caja de seguridad, caballito de mar, muñeco de nieve...
<i>a</i>	olla a presión, avión a reacción, mando a distancia, juguete a pilas...
<i>con</i>	arroz con leche, café con leche...
<i>en</i>	tres en raya, asesino en serie, cheque en blanco...
<i>por</i>	televisión por cable...

Tabla 9. Compuestos preposicionales. Elaboración propia a partir de la clasificación de Alvar Ezquerro (2012: p.24)

Las formaciones sinápticas se incluyen dentro de los compuestos, pero la línea que separa la unidad fija en la lengua de lo que es enunciado libre es difusa en ocasiones y resulta complicado diferenciarlos. Esto es muestra de que el paso de la unidad libre a la fijada no es discreto, sino continuo, “por lo que el uso o el desuso

³⁰ Para Guerrero Salazar (2007: p.177), el término *pirata informático* no es un compuesto sintagmático formado por un sustantivo y un adjetivo.

hacen que una determinada fórmula se considere unidad compuesta o unidad libre” (Almela, 1999: p.154).

Los compuestos yuxtapuestos u ortográficos, de los que hablaba Almela Pérez (1999), son uniones formales gráfica y fonéticamente, con una lexicalización y gramaticalización total. Son muy abundantes en nuestro idioma y de fácil creación, la mayoría de las veces surgen por funciones estilísticas y son efímeros. Son las formaciones que Bernard Pottier calificada de *lexías compuestas*.

Según la categoría morfológica de los lexemas componentes, hay diversos procedimientos que dan lugar a los compuestos yuxtapuestos. En prensa, los más comunes son los formados por la unión de un verbo y un sustantivo, porque se crean términos muy sencillos, rápidos y expresivos.

Esquema	Valor semántico	Ejemplos
<i>Verbo + sustantivo</i>	Profesiones, ocupaciones o comportamientos	buscatesoros, parapenaltis, cazautógrafos, portavoz, limpiabotas...
	Objetos y maquinaria	limpiaparabrisas, matamoscas, portagafas, posavasos, guardarropa, pasatiempo...
	Coloquiales, de carácter lúdico y vulgar	tuercebotas, correlinde, tocapelotas, zampabollos...
<i>Adjetivo + adjetivo</i>	Suma de los contenidos	tragicómico, politicomediático, grandilocuente...
	Doble color. Usuales en lenguaje deportivo	claroscuro, rojigualda, rojiblanco, albiceleste, blaugrana...
	Doble nacionalidad	angloalemán, hispanofrancés, latinoamericano...
<i>Verbo + (i) verbo</i>	Acción correlativa	quitaipón, vaivén, correveidile, hazmerreír, compraventa...
<i>Verbo + adjetivo/adverbio (o viceversa)</i>	Comportamiento	mandamás, bienquedar, malformar, menospreciar...
<i>Verbo + conjunción</i>	Creaciones expresivas	creique, penseque, siquiera...

<i>(o viceversa)</i>		
<i>Adverbio + adjetivo</i>	Coordinación adversativa	bienintencionado, malaconsejado, malcontento, maldispuesto...
<i>Adverbio + sustantivo</i>	Poco frecuente, salvo por gramaticalización	bienquerencia, malacriadez, bienandanza...
<i>Sustantivo + sustantivo</i>	Objetos (se prescinde de la preposición <i>de</i>)	bocacalle, aguanieve, telaraña, carricoche, madreselva...
<i>Sustantivo + (i) adjetivo</i>	Dan lugar a un sustantivo	altorrelieve, aguardiente, hierbabuena, coliflor...
	Dan lugar a un adjetivo	caradura, cejijunto, pelirrojo, alicaído, manirroto, peliagudo...

Tabla 10. Compuestos yuxtapuestos u ortográficos. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.170-176) y Alvar Ezquerria (2012: p.32-41)

Por último, dentro de la neología por composición, tenemos los compuestos sintagmáticos que, según Guerrero Salazar (2007: p.176), son “aquellos en que la unión plena entre las palabras formantes del compuesto no se ha llevado a cabo, por lo que mantienen la separación gráfica entre ellas o aparecen con guion”³¹. Esta unión se realiza entre dos sustantivos (*coche patrulla*, *cheque bebé*), dos adjetivos (*político-financiero*) o un sustantivo con un adjetivo (*caja negra*), sin que llegue a existir entre ellos una fusión gráfico-fonética completa.

El uso o no del guion intermedio es cuestión, según la *Ortografía de la lengua española* (RAE, 2010), de lo reciente que sean las creaciones neológicas y su grado de integración en la lengua. Cuando son creaciones recientes suelen escribirse con un guion durante un tiempo “hasta que se generalizan y asientan en el uso, momento en el que el guion desaparece; así ha sucedido, por ejemplo, con carril bici [...]” (Alvar, 2012: p.30). Pero, ¿cuándo sabe el hablante o escritor si una palabra está asentada en el

³¹ Alvar Ezquerria (2012: p.27-32) no habla de compuestos sintagmáticos sino que diferencia entre disyunción y contraposición. Para este autor, la disyunción se produce cuando “los dos elementos participantes no se han soldado gráficamente, por más que la lexicalización sea un hecho”, como ocurre en *ala delta*, *opinión pública* o *cuento chino*. La contraposición representa un grado más elevado de unión gráfica que la anterior pues en ella “los elementos que participan se escriben unidos por un guión en la mayoría de las lenguas”, como *químico-físico* o *buque-escuela*.

uso o no? El uso del guion, por tanto, va a estar supeditado más bien a una elección individual y subjetiva, de forma que “existen pocas posibilidades de indicar formalmente de una manera clara y general los grados de integración de los elementos formantes en el compuesto”.

No obstante, encontramos en nuestros medios de comunicación muchos compuestos sintagmáticos en los que aparece el guion intermedio. Normalmente, estas formaciones no pueden considerarse como una sola palabra, sino como un grupo sintáctico más complejo en el que los dos términos “mantienen una relación hipotáctica o subordinativa en la que se ha omitido el nexa” (Guerrero Salazar, 2007: p.201). Son frecuentes en el ámbito deportivo, cuando se sustituye el guion por la preposición *contra* (*Real Madrid-Alavés, Depor-Valencia*), o por *entre* (*conflicto padres-hijos*).

En el lenguaje periodístico actual, los compuestos sintagmáticos son cada vez más recurridos ya que originan unidades expresivas, de fácil lectura, son transparentes y de fácil asimilación, favorecen la economía lingüística y desempeñan un papel importante como llamadas de atención del lector, sobre todo en titulares. No obstante, es cierto que generalmente son creaciones efímeras. Lang (1992: p.117) achaca su éxito “a la indudable influencia de una terminología y sintaxis particular que, proveniente del inglés, se ha propagado a través de los medios de comunicación y de la terminología propia de los últimos avances tecnológicos, consistente en la acumulación de nombres sin respetar las reglas sintácticas habituales”.

Los más productivos en prensa son los compuestos sintagmáticos binominales³² (dos sustantivos), y es el segundo sustantivo el que adquiere una función calificadora y especificadora del primero. Hay determinados sustantivos que son muy frecuentes a la hora de formar series de compuestos (Almela, 1999: p.134) que se caracterizan por ir precedidas o seguidas de un término fijo. Los sustantivos que más suelen fijarse y que con más asiduidad encontramos en nuestra prensa son: *asunto, caso, plan, síndrome, escándalo, operación, efecto y factor* (Guerrero Salazar, 2007: p.186). Otros sustantivos igualmente muy productivos y que han generado muchos neologismos son: *hombre, bomba, trampa, fantasma, cero, homenaje, piloto, pirata, puente, escoba, estrella, basura, clave y relámpago*. En la tabla siguiente, vemos algunos ejemplos.

³² También llamados locuciones geminadas, compuestos libres, compuestos imperfectos, etc.

Esquema	Valor semántico / Lexías frecuentes	Ejemplos
<i>Sustantivo + sustantivo</i>	<i>Trampa</i> (terrorismo)	tregua/ carta-/ consulta-/ propuesta/ teléfono/ juguete... trampa
	<i>Bomba</i> (terrorismo)	coche/ carta/ cadáver/ paquete/ hombre/ libro/ chaleco... bomba
	<i>Fantasma</i> (inexistente o falso)	calle/ cita/ buque/ gol/ gobierno/ empresa/ sociedad... fantasma
	<i>Cero</i>	crecimiento/ coste/ peso/ déficit/ riesgo/ tolerancia/ zona/ violencia... cero
	<i>Piloto</i> (primer modelo)	piso/ episodio/ experiencia/ plan/ taller-/ soldados-... piloto
	<i>Operación</i>	operación ... salida/ retorno/ niños/ boda/ acordeón...
	<i>Efecto</i>	efecto ... euro/ llamada/ milenio/ rebote/ multiplicador/ dominó/ invernadero...
	<i>Factor</i>	factor ... campo/ cancha/ sorpresa ...
	<i>Hombre</i>	hombre ... gol/ chimenea/ anuncio/ objeto/ orquesta/ rana/ lobo/ - concurso...
	<i>Pirata</i> (ilegal)	disco/ radio/ grabación/ transporte... pirata
	<i>Clave</i> (fundamental)	asunto/ decisión/ momento/ testigo/ palabra/ instrumento/ jugada/ factor/ figura/ partido/ información... clave
	<i>Basura</i> (baja calidad)	comida/ contrato/ cultura/ pacto-/ pandilla/ sindicalismo/ hipoteca/ programa... basura
	<i>Relámpago</i> (rápido, repentino)	gol/ viaje/ visita/ guerra/ limpieza/ operación... relámpago
<i>Estrella</i> (lo más)	tema/ producto/ fichaje/ tarifa/	

	destacado)	presidente-/ propuesta/ precio... estrella
<i>Sustantivo + adjetivo</i> ³³	Lenguaje especializado. Informática. <i>Virtual</i>	pirata informático, correo electrónico, librería/ banca/ turismo/ tienda... virtual
	Política	debate parlamentario, cuota femenina...
	Adjetivos que designan color	lista negra, prensa rosa, pulmón verde, bandera roja...
	<i>Sucio</i>	dinero/ juego/ negocio/ trapo... sucio
<i>Adjetivo + adjetivo</i> (con guión)	Política	político-financiero, político- democrático...
	Doble nacionalidad	hispano-danés, franco-español...
	<i>Socio</i> (social)	socio -educativa/ -ambiental/ -cultural...

Tabla 11. *Compuestos sintagmáticos. Elaboración propia a partir de la clasificación de Guerrero Salazar (2007: p.176-202)*

2.1.1.5. Siglación o acronimia

Las siglación³⁴ consiste en abreviar un sintagma y eliminar parte de su cuerpo fónico mediante la suma de las iniciales de cada uno de los términos que lo compone, de manera que se forme una “unidad léxica con significado pleno” (Almela, 1999: p.210).

³³ Muchos de los neologismos formados por composición sintagmática de sustantivos y adjetivos son, a su vez, neologismos de sentido por metáfora, como en el caso de *burbuja inmobiliaria*, pues el término *burbuja* alude al crecimiento de los precios de las viviendas (Guerrero Salazar, 2007: p.180).

³⁴ Autores como Alvar Ezquerro (2012: p.48-52) o Guerrero Ramos (1995: p.35) distinguen entre acronimia y siglación. La acronimia sería un caso especial de abreviamiento formado mediante “la unión del comienzo de una palabra con el final de otra, o, más raramente, el final de una y el comienzo de otra”, lo que más tarde consideraremos cruces léxicos. También se les llama palabras-percha o palabras-maleta.

En la actualidad, es uno de los mecanismos neológicos más activos y una de las principales fuentes de creación léxica en los medios de comunicación. Su importancia se debe a que consigue la reducción gráfica y fonética de una secuencia bastante más larga, respondiendo “al principio de economía del lenguaje” y evitando “la repetitiva enunciación de títulos y nombres de instituciones sobradamente conocidos” (Lang, 1992: p.255).

Alvar Ezquerro (2012: p.50) considera que las siglas son abreviaturas complejas y distingue dos tipos: las transparentes y las opacas. Las siglas transparentes son las que, al leerlas, permiten que se pronuncie su forma desarrollada, no la abreviada (TVE se lee *Televisión Española*). Y, dentro de las siglas opacas, encontramos las deletreadas – cuando se pronuncia el nombre de cada una de las iniciales (PC se lee *pecé*)– y las que son leídas secuencialmente (AVE se lee *ave* y no *Alta Velocidad Española*).

Debido a que este procedimiento goza de una extraordinaria difusión, sucede en ocasiones que el significado de la sigla se oscurece o se pierde después de un uso reiterado de la misma en los medios de comunicación. De esta manera, las siglas llegan a lexicalizarse y a tener una entidad específica que “hace innecesario su desciframiento literal, ya que, aunque se ignore, son identificadas con un determinado significado” (Guerrero Salazar, 1995: p.36). La lexicalización de la sigla se produce, por tanto, cuando el usuario deja de ser consciente del origen de la misma y de aquellos términos que la componen.

Ejemplos de siglas lexicalizadas son *ovni* (Objeto Volante No Identificado), *radar* (*Radio Detection And Ranging*), *talgo* (Tren Articulado Ligero Goicoechea Oriol), *sida* (Síndrome de InmunoDeficiencia Adquirida), *diu* (Dispositivo IntraUterino), etc. Algunas de estas voces sigladas permiten incluso la derivación, como en el caso de *ugetista* para hablar del que pertenece a UGT (Unión General de Trabajadores) o de *pepero* para denominar al simpatizante del PP (Partido Popular).

Otro fenómeno cada vez más frecuente en la prensa son las siglas alfanuméricas (Guerrero Salazar, 2007: p.208), compuestas por letras y números y que designan fechas importantes (*11-S*, *11-M*, *15-M*) u organizaciones (*Euro-11*). Pero lo cierto es que últimamente se forman siglas de casi todo, pues se persigue la economía del lenguaje en prensa digital y en las redes sociales como Twitter, que recordemos solo permiten 140 caracteres. Así, encontramos siglados los programas de televisión (*OT: Operación Triunfo*, *MHYV: Mujeres Hombres Y Viceversa*, etc.), también personajes destacados como *ZP* en lugar de Zapatero o *RJ* en vez de Rajoy.

2.1.1.6. Acortamiento o abreviamiento

En principio, el acortamiento es el mecanismo opuesto a la composición, pues no se trata de unir términos, sino de reducir uno ya existente, pero también se puede llegar a la composición a través del acortamiento de palabras como veremos más adelante en los cruces léxicos.

Hablaremos pues de acortamiento, abreviamiento o truncamiento (Alvar, 2012: p.47)³⁵, cuando se reduce el cuerpo fónico de una palabra mediante la supresión de algunas sílabas completas, generalmente las últimas, es decir, por apócope (*profe* por *profesor*), aunque también pueden producirse por aféresis (*bus* por *autobús*, *chelo* por *violonchelo*). Para algunos autores, este procedimiento debería formar parte de la morfología apreciativa y no de la derivativa, ya que la voz neológica resultante no constituye una palabra nueva sino la misma de una forma apocopada.

Son actos lingüísticos conscientes que surgen en ámbitos coloquiales y con una función estilística y lúdica (*poli* por *policía*, *cole* por *colegio*, *insti* por *instituto*, *uni* por *universidad*, *pelu* por *peluquería*...), pero, tras un uso continuado, muchos de ellos han abandonado el carácter familiar y hasta jergal y se han incorporado en nuestra lengua estándar, lo que ha llevado a la desaparición de sus lexías originales por considerarse demasiado complejas y extensas. Es el caso de *cine* en vez de *cinematógrafo*, *pelí* en lugar de *película*, *foto* por *fotografía*, *tele* por *televisión*, *zoo* por *zoológico*, *moto* por *motocicleta*, etc.

La tendencia habitual es que las formas abreviadas tengan una terminación en *-e* o *-i* (*progre*, *presi*), aunque en el argot estudiantil y juvenil hay una creciente tendencia a la utilización de la vocal *-o* (*promo*, *narco*, *retro*...) y, sobre todo, de la vocal *-a*, en palabras bisílabas y trisílabas: *bocata*, *prota*, *manifa*, *proleta*, *estupa*, *sociata*, *fumeta*, *ordenata*, *masoca*, *carca*, *cubata*, *segurata*, *bacala*, etc.

³⁵ En la clasificación de acortamiento que hace Alvar Ezquerro (2012: p.47-52) distingue entre abreviamiento o truncamiento (a lo que nos referimos en este apartado); abreviaturas simples, en las que solo se mantiene la primera letra de la palabra (*d.* por *don*, *dr.* por *doctor*); acronimia (cruces léxicos, como *motel*: *motorist hotel*); abreviaturas compuestas, en las que se retiene la primera letra de cada una de las palabras del sintagma (*d.e.p.* por *descanse en paz*, *o.c.* por *obra citada*); y por último, las abreviaturas complejas, que son las que en este trabajo hemos considerado dentro del apartado de siglación.

2.1.1.7. Cruces léxicos

Los cruces léxicos³⁶ son para algunos autores lo que para otros es acronimia³⁷, es decir, la combinación lineal de segmentos de las palabras que pertenecen a una determinada estructura sintagmática formada al menos por dos lexemas. En un cruce léxico, el fragmento inicial de la primera palabra se combina con el fragmento final de la segunda, de manera que el resultado del proceso es una unidad léxica o una lexía simple (Guerrero Salazar, 2007: p.214-215).

En español, son pocos los casos autóctonos de creaciones neológicas mediante cruces léxicos. Algunos ejemplos son: *cantautor* (*cantante* + *autor*), *frontenis* (*frontón* + *tenis*), *publirreportaje* (*publicidad* + *reportaje*), *ofimática* (*oficina* + *informática*) y *democradura* (*democracia* + *dictadura*). No obstante, la gran mayoría de estos cruces provienen de acuñaciones extranjeras adaptadas, sobre todo del fenómeno de origen angloamericano llamado *blending* (“combinación, mezcla”) que nos deja palabras como estas: *transistor*: (*transfer* + *resistor*), *bit*: (*binary digit*), *spanglish* (*Spanish* + *English*), *blog* (*web* + *log*), *email* (*electronic* + *mail*), etc.

Existen dudas sobre si incluir determinados términos dentro de los cruces léxicos o no porque la frontera que delimita este fenómeno no está suficientemente clara. Por ejemplo, hay términos que podrían considerarse calcos o préstamos, como los anteriores anglosajones u otros como *eurocracia* (del inglés *eurocracy*), y otros muchos podrían formar parte de los neologismos por composición, como es el caso de *autobús* (prefijo *auto-* + sustantivo *bus*) o *psicotrónica* (prefijo *psico-* + sustantivo *electrónica*).

En los medios de comunicación, y sobre todo en el ámbito político, encontramos cruces léxicos con carácter lúdico y jocoso (*dictablanda*, *dedocracia*, *politicóptero*, *timoteca*, *socialímetro*, *militonto...*)³⁸.

Es cierto que el entrecruzamiento léxico no es un dispositivo excesivamente productivo en la creación neológica en español, ni por ello estudiado, quizá porque

³⁶ Este mecanismo también es denominado entrecruzamiento, o fusión/combinación.

³⁷ Recordemos que algunos autores son partidarios de que la acronimia es lo mismo que los cruces léxicos, mientras que otros opinan que es equiparable a la siglación.

³⁸ Ejemplos extraídos de Guerrero Salazar (2007: p.215-217).

suelen tratarse de creaciones aisladas que solo pueden ser comprendidas dentro de un determinado contexto (Guerrero Salazar, 2007: p.218).

Con todo, cada vez más, las nuevas voces surgidas a través de los cruces léxicos marcan tendencias lingüísticas del futuro del español moderno, por su gran poder expresivo, porque sorprenden y captan la atención y, por encima de todo, porque condensan extremadamente la expresión “que viene marcada por las exigencias actuales [de velocidad] establecidas en los medios de comunicación de masas en general [...]. En este sentido, constituyen una de las más destacadas aportaciones lingüísticas al mundo de la avanzada tecnología” (Lang, 1993: p.259).

2.1.2. Neologismos de sentido

Llamamos neologismos de sentido o neologismos semánticos a “los nuevos significados que existen en significantes ya existentes” (Guerrero Salazar, 2007: p.222), es decir, este tipo de voces neológicas surgen cuando a un elemento formal ya conocido se le otorga una carga semántica nueva.

Es la labor intermediaria y difusora de los medios de comunicación la que permite que los nuevos significados se instalen con más facilidad en nuestro habla, y es que la neología semántica³⁹ está estrechamente unida al contexto sociocultural. El lenguaje periodístico fomenta la alteración del léxico específico y su traspaso de unos campos semánticos a otros.

En esta semiocracia, de dominio de los símbolos, que nos ha tocado vivir, las palabras se cargan de nuevos significados más o menos metafóricos o alegóricos, que llevan a reintroducir viejas amigas un tanto olvidadas o a contaminar de significados extraños las que en otro tiempo gozaron de pureza, cuando no a cambiarles totalmente el sentido (Fernández, 2004: p.37).

³⁹ Los expertos no se ponen de acuerdo en la clasificación de los modos en que se produce la neología semántica. Por ejemplo, Guerrero Ramos (1995: p.23-41) distingue entre la formación de las lexías complejas (sustantivo acompañado de una preposición o adjetivo), la neología de conversión o cambio en la categoría gramatical del lexema, y por último, la metáfora.

Así pues, no es un mecanismo de incorporación ni creación léxica, como lo eran la derivación y la composición, pero sí de renovación semántica, de revitalización⁴⁰ de la lengua. El vocabulario no aumenta cuantitativamente sino cualitativamente. Es por ello que es un mecanismo muy productivo y económico para nombrar nuevas realidades, pues se aprovecha el material lingüístico existente en nuestro idioma.

2.1.2.1. Metáforas y eufemismos

Sin duda, la metáfora y el eufemismo son los dos procesos semánticos más activos para aumentar el caudal de vocabulario, pues ambos “suponen un alto grado de manipulación lingüística” muy efectiva en el lenguaje periodístico, sobre todo “cuando hay que disfrazar o atenuar una realidad que es incómoda, demasiado cruda o adversa” (Guerrero Salazar, 2007: p.223).

La metáfora es la expresión más característica de la retórica y consiste en usar las palabras con un sentido distinto al que tienen propiamente, guardando una relación figurativa a partir de ciertas similitudes entre ambos. Según Núñez Cabezas (2002: p.393), la metáfora es un recurso muy eficaz “para embellecer, hacer más atractivo, diferenciar o dar apariencia de cultura al discurso periodístico”.

La metáfora puede aplicarse a cualquier categoría gramatical. Así vemos cómo algunos verbos han adquirido un carácter metafórico al aparecer de forma continuada en contextos diferentes a los suyos propios, y han dado lugar a neologismos semánticos (*orquestrar* como ‘organizar, decidir’, *puentear* como ‘saltar un escalón jerárquico o un orden lógico’, *sonar* como ‘figurar o destacar públicamente’ o *visitar* como ‘consultar una página a través de Internet’).

Son más numerosos todavía en la prensa los sustantivos con nuevos significados: *boda* como ‘unión o fusión amistosa de dos cosas, empresas, organizaciones, etc.’, *caramelo* como ‘asunto que reúne unas buenas características’, *prehistoria* como ‘primeros momentos de una actividad cualquiera’, *pulmón* como ‘zona que, por su

⁴⁰ El concepto de *revitalización* lo utiliza Alvar Ezquerro (2012: p.13) Para este autor, la *revitalización* se produce “cuando se toma una palabra que ya ha caído en desuso para emplearla con el mismo significado que tenía antes, o con un sentido que se le confiere.

abundante vegetación, produce una gran cantidad de oxígeno', *sequía* como 'falta o ausencia prolongada de algo', *terremoto* como 'cosa o noticia que afecta profundamente a la sociedad', *tinte* como 'aspecto supuesto, matiz', y un larguísimo etcétera⁴¹.

Con todo, hemos de advertir que la metáfora no solamente cumple una función estilística, pues, en ocasiones, afianza una actitud tendenciosa y crítica por parte del periodista que se hace muy visible cuando se refuerza al vocablo con el sufijo *-azo*. Encontramos ejemplos en *timonazo* ('cambio brusco en la manera de dirigir un asunto' o en [*dar un*] *portazo* ('dar por terminado un asunto bruscamente').

Cuando una aplicación metafórica aparece con frecuencia en los medios, suele propagarse también a otros lenguajes específicos, como el político, el económico o el deportivo, y tiende a usarse en ellos como palabra comodín. Esto no garantiza que no se trate de una moda pasajera pero, si finalmente tiene éxito y repercusión, puede incluso llegar a formar familias derivativas (*maquillar* como 'dar una apariencia engañosa, ocultar de manera artificiosa' puede conjugarse *-maquilló-* y sustantivarse guardando el mismo sentido *-maquillaje-*).

Basándonos en la investigación de Guerrero Salazar (2007: p.227-2230), encontramos términos muy efectivos en el lenguaje político como *fontanero* a la "persona que, sin cobrar notoriedad, se ocupa de arreglar los asuntos difíciles o poco claros" o *submarino* al "infiltrado en una organización que está al servicio de otro u otros". En el lenguaje económico, *recalentar* y *recalentamiento* como "excesivo incremento de la actividad económica", o *nicho*, también muy usado en marketing y publicidad, para definir la "parte de un sector claramente diferenciado por las características del mercado o producto". Y, por último, en el lenguaje deportivo, sobre todo en el ámbito futbolístico, han aparecido otros muchos como *bicicleta* ('regate de gran elegancia y dificultad y, al tiempo, de éxito casi infalible'), *bocadillo* ('golpe muy doloroso que se propina con la rodilla en el muslo del rival') o *churro* ('gol en el que interviene más la suerte que la intención del realizador'). Los medios de comunicación, y la prensa en concreto, contribuyen a que todos estos términos se integren en la jerga del lenguaje cotidiano.

Relacionada con la metáfora, también podemos hablar de la metonimia como procedimiento para la asignación de nuevos sentidos a palabras de nuestro léxico. La metonimia es la figura retórica o tropo que consiste en designar una cosa o idea con el

⁴¹ Ejemplos extraídos de Guerrero Salazar (2007: p.223-224).

nombre de otra con la cual exista una relación de dependencia o causalidad. Según el DRAE, “tomando el efecto por la causa o viceversa, el autor por sus obras, el signo por la cosa significada”, la parte en representación del todo. En política se usan con frecuencia los neologismos metonímicos, por ejemplo, al hablar de *brazo* como ‘representación del poder’ o de *mesa* para aludir a las negociaciones, refiriéndose al lugar en torno al cual se realizan (Guerrero Salazar, 2007: p.230).

A pesar de que decíamos al principio del apartado que los neologismos de sentido estaban motivados por la economía del lenguaje y por la necesidad de nombrar nuevas realidades, esto no se cumple en el caso de los eufemismos. Los eufemismos se crean con la finalidad de nombrar de otro modo, mediante una perífrasis, aquello que ya tiene nombre.

El eufemismo es muy recurrido en el lenguaje periodístico de los medios de comunicación, y más especialmente en los discursos políticos, porque no es más que una estrategia para disfrazar de neutralidad las connotaciones negativas que pudieran aparecer, con la esperanza de que aquello que no se nombra no existe (por ejemplo, decir *ajustes* en lugar de *recortes*). Es un lenguaje tergiversado, de adorno, retórico, en el que se intenta manipular a la sociedad, no necesariamente mintiéndole, pero sí con el objetivo de conseguir una interpretación de la realidad lo más positiva o cercana posible a los intereses del interlocutor. Amando de Miguel (1994: p.35) se refería a los eufemismos como un doblelenguaje que llevaba a la confusión:

El doblelenguaje no es solo el ardid de presentar etiquetas más vistosas. Consiste en un indefinible truco retórico por el que, cuando se afirma algo, en realidad se está transmitiendo otra idea, a veces la contraria.

Cita Guerrero Salazar (2007: p.232) a Hurtado González (2001) sobre la importancia que tiene el eufemismo en el periodismo. Para este autor, el periodista tiene el compromiso ante sus lectores de satisfacer su derecho de información contándoles siempre la realidad, para lo cual esta realidad tiene que estar libre de eufemismos y las palabras deben significar aquello que significan y no ser “trampas semánticas”. El eufemismo “no es un uso inocente del lenguaje, sino que es un arma política y de dominio social cuyas consecuencias son a veces imprevisibles”.

Los ejemplos de eufemismos abundan en la prensa para atenuar cuestiones políticas y económicas (*conflicto laboral* para decir *huelga*, la famosa *desaceleración* de

Zapatero en lugar de *crisis*, o el tan manido *reajuste* en vez de *recorte* o *subida de precios* entre otros), también para disfrazar actuaciones violentas (*conflicto* en vez de *guerra*, *limpieza* por *exterminio*, *daños colaterales* en lugar de *muertos*, etc. y antífrasis en expresiones como *paz armada* o *campaña preventiva*).

También encontramos eufemismos en temas sociales que pueden resultar conflictivos, como cuestiones de pobreza, marginalidad, inmigración (*desfavorecido*, *sin techo*, *sin papeles*) o comportamientos sexuales (*chicas de vida alegre*, *señorita de la noche*).

2.1.2.2. Frases hechas y expresiones consagradas

Dice Alvar Ezquerro (2005: p.4) que “neologismos no solo son las palabras nuevas en la lengua, sino también determinados giros o expresiones, con lo que el campo del neologismo parece abrirse más de lo que inicialmente pensábamos”. Y es que, dentro del amplio concepto de neologismo, también podemos incluir determinados giros periodísticos que dan lugar a frases hechas y juegos de palabras, a menudo con carácter efímero y con mera finalidad lúdica pero que demuestran ser verdaderas genialidades.

Los medios de comunicación suelen hacer referencia a expresiones consagradas, expresiones conocidas y fácilmente identificables por los lectores que remiten a un concepto concreto. Son frases hechas, refranes, clichés... para captar la atención y hacer el mensaje más cercano y expresivo. Encontramos, sobre todo en titulares, muchas expresiones procedentes del cine (“El Expediente X de Raúl, Valerón y Joaquín”. *Marca*, 22-VIII-02, pág.2), de la televisión (“El Betis llega al Derby más favorito que nunca, ¡OPERACIÓN TRIUNFO!”. *As*, 6-VIII-02, pág.1) o de la publicidad (“Y dura, y dura...” *La Razón*, 24-II-03, pág.33)⁴².

Hay multitud de mecanismos de producción de “expresiones neológicas”: modificando alguna palabra (“Cero Zapatero”. *El Mundo*, 10-VII-01, por ‘cero patatero’), alterando el sentido (*padecer CISTitis*, refiriéndose en sentido figurado a la enfermedad por consultar con exceso encuestas del CIS) o refiriéndose a onomásticos con nombres comunes, por ejemplo, extraídos del cine y la televisión (*terminator*, *robocop*,

⁴² Ejemplos extraídos de Guerrero Salazar (2007: p.237-238).

mamachicho...) y muchísimos de ellos del sector publicitario (*sonrisa profiden, matrimonios kleenex, cuerpo danone, hombre malboro, etc.*).

2.2. NEOLOGISMOS EXTERNOS: PRÉSTAMOS Y ADAPTACIONES

Desde épocas pasadas, y hoy en día acrecentado por la globalización, se ha producido un intercambio social, cultural, económico y político entre las naciones. Fruto de la necesidad de nombrar nuevas realidades surgidas a raíz de los avances tecnológicos y de la convivencia social y cultural, el lenguaje no ha podido más que adaptarse y recoger nuevos vocablos para dar a nombre a los ingentes cambios de nuestro mundo⁴³. Así pues, gran parte del enriquecimiento neológico de nuestro idioma se lo debemos a los préstamos lingüísticos⁴⁴. De hecho, casi la mitad del acervo léxico del español lo conforman voces procedentes de otras lenguas.

Entendemos por préstamo las palabras incorporadas a nuestra lengua procedentes de lenguas distintas que han sufrido una adaptación fonética y gramatical según las normas ortográficas y de pronunciación.

Muchas palabras que, en principio, creemos propias, las hemos adoptado y adaptado del inglés, sobre todo en el campo del deporte y las disciplinas técnicas (*túnel, yate, mitin, tranvía, fútbol, baloncesto, turista, vagón...*); del francés, en su mayoría referidas a la gastronomía y la moda (*champán, bufete, balada, chándal, chófer, jamón, moda, pantalón, paje, sastre, dama...*); del italiano (*piloto, escolta, sonata, carnaval, novela, piano, acuarela, macarrón, capuchino...*); del continente americano (*tabaco, maíz, chocolate,*

⁴³ A raíz de la neología denominativa y la neología estilística, Guerrero Ramos (1995: p.37) distingue entre préstamos de necesidad y préstamos de lujo. Los préstamos de necesidad designan “productos y conceptos nacidos en un país extranjero” y que por tanto no tienen equivalente en nuestro idioma; y los préstamos de lujo “son aquellos causados por un mimetismo lingüístico, desarrollado por el prestigio ejercido por un cierto tipo de civilización y de cultura, o por ignorancia, papanatismo, etc.”.

⁴⁴ Maximiliano Fernández (2004: p.12) no es partidario del empleo de la expresión préstamo lingüístico porque “las voces no se reciben en empréstito, sino que se toman, se españolizan y apenas se devuelven”, a pesar de que son muchos los autores que se sirven de ella.

canoa, patata, caucho, aguacate, tomate...), y muchas otras procedentes del mundo árabe (*ojalá, azul, azúcar, algodón, almohada, zanahoria, aceite, alcalde, álgebra, zoco, raza, marfil...*).

Sin embargo, no es necesario salir de nuestras fronteras para encontrar préstamos lingüísticos. Numerosos neologismos provienen de otras lenguas del Estado español, como el euskera (*chabola, chapela, izquierda, boina, pizarra, aquelarre, cencerro...*); el catalán (*peseta, clavel, turrón, paella, forastero, faena...*) y el gallego (*chubasco, corpiño, chopo, mejillón, mermelada, morriña...*). Incluso del idioma caló hemos incluido algunos gitanismos (*camelar, chaval, chungo, currar, molar, pinrel, biruji, churumbel, fetén...*).

Asimismo, existe un buen número de voces de procedencia clásica que hemos reintroducido a nuestra lengua. Algunas conviven con las formas patrimoniales (*raudo y rápido, seglar y secular*), otras se han aclimatado tanto que han pasado a formar parte del vocabulario popular. Son los cultismos léxicos (Alvar, 2012: p.20) y entre ellos encontramos latinismos (*déficit, médula*) o helenismos (*bautizar, hipopótamo, imbécil, limosna*).

Los préstamos también pueden ser de sentido, los llamados calcos semánticos, cuando tomamos prestado el significado y no el significante. El DRAE lo define como la “adopción de un significado extranjero para una palabra ya existente en una lengua”, y pone de ejemplo el término *ratón* para referirnos al ‘aparato manual conectado a un ordenador’ que sería un calco semántico del inglés *mouse*. Otros ejemplos son *firma* en el sentido de empresa, *canal* referido a cadena de televisión, o el *halcón* como ‘partidario de la guerra’ y la *paloma* ‘de la paz’ porque sus equivalentes en inglés adquirieron antiguamente ese significado.

Tradicionalmente, se distingue entre los préstamos, los extranjerismos y los xenismos, en función del grado de asimilación en el patrimonio léxico. Los préstamos serían pues los que mayor asimilación y adaptación presentan, tanto que, en muchas ocasiones, ni siquiera los consideramos palabras foráneas.

2.2.1. Extranjerismos: anglicismos

Según Fundéu BBVA, por norma general se entiende que los préstamos son palabras que tienen su origen en otras lenguas, mientras que los extranjerismos son

palabras o construcciones extranjeras que incorporamos a nuestra lengua, algunas las adaptamos a la grafía española (por ejemplo *mitin* a partir del inglés *meeting*) y otras las empleamos tal cual sin ningún tipo de modificación: son los llamados xenismos⁴⁵ (como *graffiti*, *marketing*, *airbag*, *surf*, *yihad*...).

Alvar Ezquerro (2012: p.18) habla de una categoría de extranjerismos a los que denomina híbridos⁴⁶, y los define como “voces derivadas a partir de las formas importadas, en las que el lexema pertenece a la lengua de donde se toma el préstamo y el morfema gramatical a la otra lengua; son las que han sufrido una adaptación morfológica”. Son ejemplos de extranjerismos híbridos *croissantería*, *windsurfista*, *escanear*, *zapear*, etc.

No obstante, las razones que llevan a la incorporación de cualquier tipo de extranjerismo pueden estar motivadas por nombrar un concepto originado en otro lugar en su lengua nativa o por una ‘extraña’ predisposición –quizá la de sentirnos más modernos– de usar el término foráneo en detrimento del nativo. Dice Julio Llamazares⁴⁷ (1993) que “desde que Nueva York es la capital del mundo, nadie es realmente moderno mientras no diga en inglés un mínimo de cien palabras”, y comienza de tal cómica forma su artículo en *El País*:

Desde que las insignias se llaman *pins*; los homosexuales, *gays*; las comidas frías, *lunchs*, y los repartos de cine, *castings*, este país no es el mismo. Ahora es mucho más moderno. Durante muchos años, los españoles estuvimos hablando en prosa sin enterarnos. Y, lo que es todavía peor, sin damos cuenta. siquiera de lo atrasados que estábamos. Los niños leían tebeos en vez de comics, los jóvenes hacían fiestas en vez de *parties*, los estudiantes pegaban *posters* creyendo que eran carteles, los empresarios hacían negocios en vez de *business*, las secretarias usaban medias en vez de *panties*, y los obreros, tan ordinarios, sacaban la fiambarrera al mediodía en vez del *catering*. Yo mismo, en el colegio, hice *aerobic* muchas veces, pero como no

⁴⁵ Alvar Ezquerro (2012: p.15) no llama xenismos sino palabras-cita a las palabras que se han tomado directamente de otras lenguas sin ninguna alteración.

⁴⁶ En realidad, Alvar Ezquerro no habla de extranjerismos sino de préstamos híbridos, pero si tenemos en cuenta la distinción de significado entre unos y otros, él se estaría refiriendo a los extranjerismos. Sucede que a veces, hasta los más expertos, hablan simultáneamente de préstamos y extranjerismos como si se tratase de lo mismo.

⁴⁷ Julio Llamazares, “Modernos y elegantes” (*El País*, 13-V-93)
<http://elpais.com/diario/1993/05/13/opinion/737244014_850215.html>

lo sabía -ni usaba, por supuesto, las mallas adecuadas-, no me sirvió de nada. En mi ignorancia, creía que hacía gimnasia.

Debido al prestigio americano como primera potencia mundial, sinónimo de modernidad y de avance tecnológico, la mayoría de los neologismos que incorporamos a nuestro idioma son anglicismos. Para Ramón Sarmiento (c.p. Vilches, 2008: p.262), el inglés es “la lengua del imperio” pues

es la lengua en la que se realizan las transacciones de los negocios internacionales; es el idioma de la literatura y de los avances científico técnicos; es el idioma de los medios masivos de comunicación a escala mundial. Tanto es así, que en todas las lenguas del mundo hay una palabra que denomina lo que en buen español sería ‘mercadotecnia’, pero que ahora, gracias a la globalización, se identifica mejor bajo la denominación de *marketing* [...].

Los términos anglosajones suelen adoptarse como xenismos es decir, sin alteración alguna, y se pronuncian más o menos fielmente a la fonética en su idioma de origen a pesar de que muchos de los grafemas son extraños al español (Guerrero Ramos, 1995: p.37).

El anglicismo se presenta más incontrolable en el lenguaje técnico e informático (*chat, click, web, DVD, email, software, output, flash, smartphone, logo, bluetooth, réflex...*) y en el lenguaje deportivo (*surf, basket, sport, sprint, chutar, córner, penalti, béisbol, voleibol, gol, waterpolo, pádel, rugby, aerobic...*). Esta mayor proliferación y desarrollo se debe a “la voluntad de innovación lingüística de los hablantes” y sobre todo a “la necesidad de nombrar cosas descubiertas o creadas” (Guerrero Ramos, 1995: p.44).

En términos generales son frecuentes las formaciones en *-ing* como *catering, camping, footing, zapping, parking, marketing, travelling, doping, consulting, meeting, puenting, rafting, ranking...* Pero lo cierto es que encontramos anglicismos en cualquier ámbito y actividad: *whisky, jacuzzi, show, esnob, hall, hándicap, hobby, lady, récord, short, speech, striptease, estrés, film, jersey, láser, escáner, eslogan, sándwich, puzzle*, y un largo etcétera.

Por todo ello, muchos lingüistas llegan a temer por la “desnaturalización” de nuestro idioma. Sampedro Losada, en un artículo publicado por la Asociación de

Técnicos de Informática⁴⁸, calificaba al *espanglish* o *spanglish* de “monstruo híbrido y malsonante”, y afirmaba que “muchos de los atentados que se cometen contra nuestro idioma se deben al uso continuo de términos anglosajones”.

Ganarle la batalla al anglicismo es muy difícil, advierte Judith González, lingüista de Fundéu, porque en su aceptación o rechazo tiene mucho que ver la actitud de cada hablante.

Hay gente que piensa que las palabras inglesas aportan más matices que las castellanas, cuando no es cierto; otra cree que si las usas estás en la pomada, aunque el *animal print* no sea más que un estampado de leopardo, y hay quien las emplea porque pertenecen o tratan de integrarse en un determinado grupo social⁴⁹.

Tanto es así que, aunque los extranjerismos suelen aparecer en lenguajes específicos (deporte, informática, economía, etc.) acaban formando parte del habla común. Cuando esto sucede, los hablantes tienen dos opciones: hay quienes se esfuerzan por reemplazar siempre la palabra foránea por un equivalente en castellano, y quienes no solamente las adoptan sino que además las difunden (Guerrero Ramos, 1995: p.38). Para Lázaro Carreter (2003, p.14),

este movimiento anímico, que pasa de lo autóctono a lo advenido con o sin conciencia de hacerlo, y que lleva a unos hablantes a rechazar, a otros a admitir y a los más a hacer ambas cosas, no delata hipocresía, ni, si me apura, contradicción, sino que constituye una evidencia de cómo vive el idioma en la cabeza de los hablantes, en nuestra alma. Lo hace entre el repudio de lo alienígena, porque nos desvirtúa, y la aceptación resignada, entusiasta o inadvertida de cuanto lo renueva y lo hace más útil para vivir con los tiempos.

⁴⁸ Pedro José Sampedro Losada, “Anglicismos, barbarismos, neologismos y falsos amigos en el lenguaje informático”

<<http://www.ati.es/gt/lengua-informatica/externos/sampedr1.html>>. Cita extraída de *La incorporación de neologismos al español actual. Extranjerismos y nuevas acepciones* de Maximiliano Fernández (2004: p.13)

⁴⁹ “La guerrillera de la lengua”, artículo de Henrique Mariño publicado en el diario digital Público (29-X-2014). <<http://www.publico.es/espana/553041/la-guerrillera-de-la-lengua>>

2.2.2. Barbarismos

La primera acepción del término barbarismo en el DRAE es “incorrección que consiste en pronunciar o escribir mal las palabras, o en emplear vocablos impropios”, y la quinta, que tiene que ver con la lingüística, es la de “extranjerismo no incorporado totalmente al idioma”.

Algunos autores hablan de “impropiedades léxicas”, como Sánchez Lobato (c.p. Vilches, 2008: p.247), para referirse a los barbarismos propiciados “por las traducciones literales del inglés” que “introducen nuevas designaciones semánticas que la voz española originaria no poseía en su raíz”.

Ya en el siglo XIX la Academia culpaba a los periodistas de la introducción de barbarismos desnudos. Hoy la situación parece no haber cambiado, aunque no son ellos los únicos causantes. Unas veces se traduce con prisas y sin atención, de manera que se utiliza *remover* por *extraer* (en inglés *to remove*), *sofisticado* con el valor de ‘refinado, sutil, de compleja mecánica, de extraordinaria precisión’, y en las películas americanas son gentes talludas las que van al *colegio*. En otras ocasiones hay simple ignorancia. (Alvar, 2012: p.21).

Diríamos que son vicios del lenguaje, defectos en el habla y en la escritura, errores morfológicos y fonológicos. La mayor parte de los barbarismos que encontramos en los medios se deben a malos empleos de los extranjerismos, de palabras que se parecen gráficamente, pero que no significan lo mismo en un idioma que en otro, es decir, que un barbarismo se asocia con lo que se conoce como ‘falsos amigos’.

3. LA NEOLOGÍA EN EL PERIODISMO DIGITAL

Desde el nacimiento de Internet, a principios de los años 90, hemos vivido –y lo seguimos haciendo– una época de cambios permanentes en la que las innovaciones tecnológicas se producen a un ritmo vertiginoso en todas las parcelas humanas y, como no podía ser de otra manera, también en el ámbito de la comunicación y del periodismo.

La incorporación de tecnología digital está modificando los procesos tradicionales de investigación, elaboración y difusión de los mensajes periodísticos y, de hecho, hasta la propia barrera entre periodista y público, entre emisor y receptor, se difumina. La tecnología digital, en fin, ha llegado para transfigurar aspectos esenciales de la profesión periodística. (Fernández, 2004: p.23)

Todos estos cambios en nuestro modo de vivir, de relacionarnos y de comunicarnos han dado lugar a una forma de hacer periodismo que, por su carácter digital y por su concepción con criterios multimedia, denominamos ciberperiodismo⁵⁰.

Los medios han tenido que adaptarse a estos nuevos cambios para poder sobrevivir. Ya en 1995, Hernández González vaticinaba que la prensa era posiblemente “una de las industrias que desde su creación ha tenido, con respecto al desarrollo técnico, una actitud desafiante, ya que ha apostado por la modernidad y ha hecho conversiones tecnológicas a un ritmo que no se experimenta en otros campos”⁵¹.

⁵⁰ En los últimos años han surgido muchas denominaciones para este concepto: “periodismo electrónico y periodismo digital son sin duda los más comunes en España, pero no han tenido buena acogida fuera de nuestras fronteras. Otras denominaciones han sido periodismo en línea (*online journalism*), *e-periodismo*, periodismo telemático, periodismo multimedia, periodismo cibernético, etc. (Salaverría, 2005: p.40) Sin embargo, para Díaz Noci y Salaverría (2003), ciberperiodismo es el término que mejor se adapta por el hecho de hacer referencia a “aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos”.

⁵¹ Cita extraída de Hernández González, R. (1995) “Los medios periodísticos en Prensa”, en *AA.VV: Diseño, Color y Tecnología*. Prensa Ibérica: Barcelona, p. 174, y recogida en Parra Valcarce (2004: p.13)

Y esta innovación tecnológica no solo la encontramos en los procesos productivos y en la variedad de formatos, soportes, géneros y herramientas que permite la web 2.0, como la interactividad con el usuario, la utilización de fuentes multimedia o la lectura hipertextual, sino que también la encontramos en los modos de comunicar y en el propio lenguaje, que han tenido que evolucionar a la par que los avances informáticos.

Según Mario Tascón (Fundéu BBVA, 2012: p.33), el cambio fundamental que ha supuesto internet es la velocidad de las comunicaciones, y con ella,

los conceptos y palabras, la creación de neologismos y el consenso popular para aceptar un término de moda se generan con una rapidez nunca vista. [...] ahora el lugar en el que nuestro idioma se bate cada segundo y en el que se anticipan las tendencias es internet.

Si Guerrero Salazar (2007: p.24) ya decía que la creación léxica del periodismo en general era un buen recurso “para captar la atención y producir extrañamiento” aunque ello conllevara la transgresión de las normas, ahora con más motivo en el periodismo digital hay que presentar el contenido de forma que llame la atención de los lectores. La razón es evidente: con internet, la forma de lectura y de escritura han cambiado. Ahora, el periodista dispone de un espacio escaso para redactar la información y tiene que saberlo aprovechar si quiere atraer a los usuarios, pues estos, dedican mucho menos tiempo a leer el contenido y lo hacen, no de forma detallada, sino a modo de escaneado de las páginas. (Pérez Vicente en Fundéu BBVA, 2012: p.72). Para hacer posible esta deseada llamada de atención, muchas veces el periodista va a tener que hacer uso de la creatividad neológica.

Las características del lenguaje ciberperiodístico quedan patentes en la multitud de soportes de los que dispone la web 2.0. *Blogs, chats, foros...* son plataformas en las que el lenguaje se ve enriquecido en cuanto a su escritura y léxico, precisamente porque en ellas participamos “todos” y facilitamos la cohabitación del lenguaje especializado y cuidado que los periodistas generalmente emplean en sus textos, con el lenguaje coloquial de los comentarios de los lectores (Bonvin Faura c.p. Montoro del Arco, 2012: p.137-151).

La inmediatez y espontaneidad de la web provoca que muchas veces se produzcan errores ortográficos y de redacción, frases inacabadas, abreviaturas, etc.

Pero, sin duda, si algo es cambiante en una lengua es el léxico, que además se incorpora a ella a la velocidad que navega y crece internet.

Internet ha acelerado la incorporación de las neografías –nuevas tipografías y ortografías facilitadas por los programas informáticos–; los neologismos propios del ciberespañol; la suspensión de las reglas ortográficas en los SMS, los correos electrónicos o los *chats*; o la ciberescritura y la aparición de los emoticonos. (Bonvin, 2012)

Asimismo, el lenguaje periodístico digital se verá contagiado por otros tipos de textos como el judicial, el político, el económico –ahora que nos encontramos en época de crisis– o el literario, cuando los periodistas pretendan adornar sus textos con figuras retóricas para embellecerlos.

También lo hará de la pluralidad de idiomas, pues internet, como medio universal y global, ha abierto una enorme puerta de entrada a los extranjerismos, sobre todo a los anglicismos, por ser el inglés la lengua en la que ha emergido y se desarrolla la Red. “La red multiplica los extranjerismos –escribe Sánchez Sánchez (Fundéu BBVA, 2012: p.96)– y estas son las palabras que mayores inseguridades crean en el emisor a la hora de elegir el modo de fijarlas en la escritura”, ya que son incorporados con tanta naturalidad y se vuelven tan familiares para los usuarios que dificultan su adaptación con una grafía diferente.

Internet ha fomentado la neología que ya venía apareciendo en la prensa tradicional en papel. No obstante, no existen rasgos claramente diferenciadores entre el neologismo de la prensa tradicional y el de la prensa digital, pues la segunda es la continuación o extensión de la primera: la mayoría de las veces un simple traslado del soporte en papel al digital. Aunque el formato y el modo de presentación sean distintos, el contenido y la creación léxica sigue siendo la misma y teniendo la misma función lingüística.

Al igual que sucedía en el papel, encontraremos en la prensa digital neologismos de forma, por derivación y composición. Según Guerrero Salazar (2007: p.13) “abundan las siglas, las series prefijales surgidas mediante acortamientos (*tele-*, *euro-*, etc.), las series de compuestos (creadas por con los términos *trampa*, *bomba*, *fantasma*, etc.)” y “los neologismos tendenciosos como los sufijados con *-azo*), tan productivos, sobre todo, para denunciar determinadas medidas político-económicas”.

De igual modo, será frecuente en el formato digital el uso de los neologismos de sentido, sobre todo en las columnas de opinión. La prensa tradicional exporta sus autores a la prensa digital y con ellos su estilo y el uso de las metáforas, los eufemismos, las hipérbolos o los juegos de palabras. Estos recursos tienen que ver bien con la profusión del lenguaje connotativo, épico o belicista –como sucede en las crónicas deportivas–, bien con la creatividad puntual e individual del periodista que da lugar a los llamados “neologismos de autor”⁵².

Algunas de estas columnas de opinión, también llamadas en el formato digital columnas bloguer⁵³, no tienen como autores a periodistas sino a expertos en una determinada materia “avalados por su trayectoria profesional y su capacidad didáctica”. Al margen de que la columna bloguer se considere un nanomedio diferente al diario digital o no, lo que es evidente es que es

un nuevo tipo de sección, basada en ofrecer información especializada de manera continua, personalizada en uno o varios autores que se presumen como expertos y con un formato, el de los blogs, que propicia la interactividad y el diálogo, al tiempo que favorece la consulta de lo publicado por su categorización y archivo. (Noguera, 2008: p.230).

⁵² Término acuñado por Humberto Hernández en “Neologismos, medios de comunicación y lexicografía. Por unas necesarias interrelaciones” (Vilches, 2006: p.184).

⁵³ Noguera denomina columnas bloguer a las bitácoras de periodistas y expertos instaladas como secciones temáticas en los medios de comunicación digitales (Noguera, 2008: p.229).

4. EL NEOLOGISMO EN EL LENGUAJE POLÍTICO

El lenguaje periodístico y el lenguaje político van unidos de la mano, se mezclan y se modifican el uno al otro. Inevitablemente, el estudio del lenguaje político tiene que establecerse desde su relación con los medios de comunicación, ya que, el discurso político necesita de los medios para hacerse público. Estos suelen imponer sus normas, de manera que al político se le obliga indirectamente a adaptar su mensaje al canal por el que será transmitido. Esta relación también sucede a la inversa porque, de igual modo, el lenguaje periodístico va a contagiarse de gran parte de las características y peculiaridades del lenguaje político.

Para el lenguaje de los políticos podríamos afirmar casi lo mismo que para el lenguaje periodístico, pero con algunas reservas: es el lenguaje de una profesión (la política); no persigue una finalidad críptica o ambigua –en teoría–, pues se supone que ha de ser un lenguaje transparente dirigido a los ciudadanos (votantes); y, en tercer lugar, por la misma razón antes señalada –estar dirigido a la ciudadanía–, no necesita de una formación específica para ser entendido –aunque sabemos que esto no siempre ocurre–. (Núñez y Guerrero, 2002: p.19)

Como bien se recoge en la cita anterior, el lenguaje político es, como el periodístico, un lenguaje propio de una profesión y, por lo tanto, un lenguaje especializado que guarda una serie de particularidades que lo distinguen del resto y que saben aprovechar, para interés propio, aquellos que lo conocen y lo hablan.

4.1. CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE POLÍTICO

Sin duda alguna, la característica más evidente del lenguaje político es que es un lenguaje connotativo y tiene función apelativa, pues intenta en todo momento persuadir y dirigirse más a los sentimientos y emociones de los receptores –ciudadanos en este caso– que a su razón. El lenguaje político es, ante todo, un lenguaje retórico.

Para que su discurso sea persuasivo, el líder político repite constantemente una serie de fórmulas y estructuras que los periodistas, a su vez, repetirán en los medios de comunicación.

1. La repetición y la redundancia son constantes en cualquier discurso de esta índole. A menudo los políticos intentan embellecer sus textos mediante el empleo de sinónimos, que además aportan un nuevo matiz, ya que no hay dos palabras en castellano que expresen exactamente lo mismo. Sin embargo, si se reitera el uso de la sinonimia, el efecto puede ser contrario y puede generar un discurso monótono y tedioso.

Por otro lado, esta repetición también puede ser paródica, esto es, debido al influjo de los medios de comunicación que tienden a buscar la expresión más llamativa, también este lenguaje se va a servir de “muletillas, juegos de palabras, insultos, etc., pronunciados por un político en determinado momento” que se propagarán “convirtiéndose en expresiones paródicas que aprovechan los adversarios” (Núñez y Guerrero, 2002: p.31)

2. Los líderes políticos suelen utilizar frases hechas y expresiones del lenguaje deportivo por las connotaciones de competición, lucha, enfrentamiento y rivalidad que de él se derivan y de las que también se sirve la política. En el deporte, los políticos “encuentran el referente perfecto para los términos de sus comparaciones, símiles o metáforas” (Núñez y Guerrero, 2002: p.384), y es el fútbol, deporte estrella en España, el que presenta mayor influencia y arraigo.

3. El lenguaje político se mueve, según el momento y el destinatario, entre un lenguaje coloquial y familiar, que lo acerca y lo hace comprensible a los ciudadanos, y un lenguaje científico-técnico, que refleja la profesionalización de los políticos cuando recurren a una jerga propia, con muchos tecnicismos, intencionadamente críptica y ambigua.

El uso de un lenguaje científico-técnico se deriva de la intención de los políticos por aparentar distinción, dignidad y apariencia de cultura. Y uno de los mecanismos más frecuentes para conseguirlo es el alargamiento de las expresiones, la sustitución de estructuras sintácticas o de palabras más simples por otras más complejas (un ejemplo muy sencillo es el empleo de *anterioridad* en lugar de *antes*). Este alargamiento es

productor de muchos neologismos, creados por sufijación y prefijación, como veremos en el siguiente apartado.

4.2. LA CREACIÓN LÉXICA: EL NEOLOGISMO POLÍTICO

Venimos diciendo durante todo el trabajo que, cuando se suceden modificaciones sociales o nuevas realidades históricas, el léxico es uno de los campos lingüísticos que más condicionados se ven. La política, cuna de estas nuevas realidades sociales, presenta, por tanto, una enorme creatividad –o recreación– léxica.

Según Fernández Lagunilla (c.p. Núñez y Guerrero, 2002: p.216), son tres las causas de la creación léxica en la política. Además de las ya nombradas causas externas, como respuesta a las nuevas realidades sociales, existen unas causas internas, debidas a “la propia naturaleza polémica del discurso político” que “origina todo tipo de cambios léxicos”. Y, como tercera causa, Fernández Lagunilla señala la heterogeneidad de las fuentes, derivada del gusto del político de servirse tanto de términos coloquiales como de terminología especializada y sectorial, lo que da lugar a extensiones semánticas.

No obstante, Lázaro Carreter apunta que en el lenguaje político no proliferan los neologismos totales, sino los semánticos. Dependiendo de lo que entendamos por ‘neologismo total’ estaremos de acuerdo o no con la afirmación de este autor. En su estudio, Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002: p.41) demuestran que el lenguaje político es capaz de producir un número aceptable de neologismos, la mayor parte de ellos creados mediante mecanismos de prefijación y sufijación. Puede que a estos, Lázaro Carreter no los considere totales porque no son creaciones independientes, sino que solamente aportan un matiz a una palabra que ya existe.

Respecto a si los neologismos creados en el lenguaje político son realmente necesarios o puramente estilísticos, la mayoría de los autores coinciden en que predomina la neología estilística frente a la denominativa. De hecho, este lenguaje tiende a ser algo esnobista, es decir, se prefiere el término nuevo al propio por cuestión de moda o porque se cree que otorga más prestigio. Este esnobismo choca de frente con

el criterio onomasiológico del que hablaba Guerrero Ramos, según el cual un neologismo no podía hacerle la competencia a un término antiguo.

El mundo político tiende a crear numerosas palabras –que, con frecuencia, el lenguaje periodístico expande y consolida–, pero muchas de estas no son necesarias porque la lengua ya posee un término válido para expresar ese significado”. (...) Algunos de estos neologismos nacen, pues, por pura ignorancia aunque sí es cierto que otros nacen para cubrir nuevas necesidades. (Núñez y Guerrero, 2002: p.217)

Por pura neología estilística, los políticos alargan las palabras y crean neologismos polisilábicos, la mayoría de las veces innecesarios. Estos neologismos suelen estar justificados por su afán de buscar voces nuevas que expresen lo mismo pero suenen más ampulosas y cultas, aunque también pueden ser fruto del desconocimiento del término correcto en nuestra lengua. Alvar Ezquerro critica la tendencia tan acusada de los políticos por crear términos de gran tamaño, con los que, dice, persiguen una doble finalidad: mostrar una apariencia de sabiduría o conocimiento y dotar al neologismo de una cierta oscuridad en el significado.

Esta técnica de creación, denominada mordazmente por Amando de Miguel (1994: p.120) como sesquipedalismo, consiste en alargar los términos existentes con nuevas derivaciones:

Más que innovaciones radicales que sustituyan a las voces ya conocidas, la técnica consiste en alargar las ya existentes con nuevas derivaciones. Se parte de un verbo o un sustantivo inicial. De esa palabra se extrae un derivado, el cual produce por alargamiento un nuevo verbo o sustantivo, los cuales se pueden eventualmente estirar todavía un poco más.

La derivación, por tanto, ya sea por prefijación o por sufijación, es un mecanismo de creación léxica fundamental en el lenguaje político. A continuación, desarrollaremos esta técnica y otras que, de nuevo basándonos en el estudio de Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002), también han de destacarse dentro de la neología del lenguaje político.

4.2.1. Derivación por prefijación

Si existe un prefijo que caracterice el lenguaje político este es *anti-* que, “por su significado de ‘oposición’, ‘resistencia’, su uso se hace casi imprescindible en un mundo en el que diversas fuerzas, facciones, partidos, etc., se enfrentan en una lucha dialéctica (a veces, violenta)” (Núñez y Guerrero, 2002: p.253). Este prefijo se muestra, además, especialmente eficaz en épocas en las que se producen ciertas convulsiones sociales y políticas (*anticapitalista, antidemocrático, antiespañol*).

Generalmente, dice Amando de Miguel (1994: p.99), al político le gustan las palabras con prefijo porque parecen más técnicas. Este autor subraya el prefijo *des-* como uno de los más productivos en el lenguaje que denomina *politiqués*. Este prefijo tan de moda proviene del inglés y dota a las palabras que lo contienen de “la eufonía de lo exótico”. Además, cumple la función de eliminar la tensión de los conceptos negativos, es decir, *desdramatiza*, como sucede cuando se emplea la palabra *desempleado* en lugar de *parado*.

Otros de los prefijos más socorridos en este tipo de lenguaje son: *neo-*, cuya utilidad se centra en designar corrientes o sistemas políticos que surgieron en un determinado momento y tienen carácter de novedad (*neocapitalista*); *re-*, también con gran productividad en el lenguaje económico, que crea formas deverbales de acción sustitutivas a la construcción *volver a + infinitivo* (*renegociar*); *ultra-*, con connotación de ideologías extremistas (*ultraderecha*); y el prefijo *euro-*, que se relaciona directamente con la Unión Europea (*eurocámara*).

En la siguiente tabla mostramos otros prefijos, que junto a los anteriores, suelen aparecer en el lenguaje político:

Prefijo	Significado	Ejemplo
<i>anti-</i>	oposición, resistencia	antieuropeo, anticapitalista, anticonstitucional, antidemocrático...
<i>auto-</i>	propio, por uno mismo	autodisolverse, autofinanciación, autogobierno...
<i>co-</i>	unión, compañía	cofinanciar, corresponsabilizar...
<i>des- /dis-</i>	negación	desburocratizar, disfuncionalidad...

<i>euro-</i>	Unión Europea	eurocámara, eurozona, euroelecciones, eurosocialismo, eurotúnel...
<i>extra-</i>	fuera de	extrapresupuestario, extracomunitario...
<i>inter-</i>	entre	intergeneracional, intereuropeo...
<i>macro-</i>	grande	macroestudio, macroacuerdo, macrocifra...
<i>neo-</i>	momento concreto, nuevo	neocolonial, neocapitalista, neoautoritarismo...
<i>pre-</i>	anterioridad	precampaña, preelectoral, predemocrático
<i>re-</i>	repetición	reasignar, rediseñar, reindustrializar, reinvertir, renegociar...
<i>sobre-</i>	superior, adicción o exceso	sobrecapitalizar, sobrevaloración...
<i>ultra-</i>	más allá, extremadamente	ultraliberal, ultraderecha, ultranacionalista...

Tabla 12. Derivación por prefijación en la neología política. Elaboración propia a partir de Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002)

4.2.2. Derivación por sufijación

También es la sufijación productiva, aunque menos, en el lenguaje político. Algunos de los más utilizados parecen responder al “modelo de economía en la expresión que impera en los medios de comunicación y en el lenguaje político”, como el sufijo *-al*, que origina neologismos alternativos a construcciones más amplias como el compuesto *nombre + de* (*dotacional*).

Otros tienen un marcado carácter apreciativo o expresivo, en ocasiones, hasta peyorativo, que se relaciona con la función connotativa y apelativa de la política. Un claro ejemplo es *-azo*, que, además, tiene la particularidad de expresar una acción, un ‘golpe’ (*tijeretazo, sablazo*).

Relacionado con el gusto de los políticos por alargar las palabras para exagerar su discurso, son frecuentes las terminaciones *-ción* (*presupuestación*) con significado de

'acción y efecto', *-dad* (condicionalidad) e *-ismo* (felipismo) referido a movimientos o doctrinas políticas.

Asimismo, Gómez Torrego relaciona el uso del sufijo *-izar* con esta tendencia (*demonizar*), y afirma que "a esta actitud actual de hinchazón vacua se debe también el empleo de muchos verbos con el sufijo *-izar* en lugar de otros más cortos y más asentados en nuestra lengua" (c.p. Núñez y Guerrero, 2002: p.312).

A continuación, presentamos ejemplos de los sufijos anteriormente citados junto a otros que también aparecieron en la información política de los medios de comunicación:

Sufijo	Significado	Ejemplo
<i>-able</i>	adjetivación deverbal	subvencionable
<i>-ado/-ato</i>	nominalizador	partnernariado, liderato
<i>-al/-ar</i>	adjetivación denominal	operacional, convivencial, dotacional, clientelar...
<i>-ante</i>	adjetivador deverbal	frivolizante
<i>-ar</i>	verbalizador	dimensionar, gerenciar, recepcionar...
<i>-ario</i>	adjetivación denominal	identitario
<i>-azo</i>	apreciativo aumentativo, expresa 'acción', 'golpe'	tijeretazo, decretazo, pensionazo...
<i>-ción</i>	nominalizador deverbal, 'acción y efecto'	comarcalización, incentivación, contrastación, parlamentarización, radicalización, territorialización...
<i>-dad/-idad</i>	nominalizador deadjetival	confidencialidad, empleabilidad, globalidad, criminalidad...
<i>-ía</i>	nominalizador deadjetival, 'cualidad, cargo o rango, lugar'	progresía
<i>-ismo</i>	nominalizador, 'colectividad'	felipismo, fraguismo, guerrismo, populismo, pujolismo...
<i>-ista</i>	adjetivador	uropeísta, suarista, soberanista...
<i>-izar</i>	verbalizador	dualizar, demonizar, parlamentizar,

		fragilizar, culpabilizar...
<i>-miento/-amiento</i>	nominalizador de verbal	dimensionamiento, sobrepasamiento...

Tabla 13. Derivación por sufijación en la neología política. Elaboración propia a partir de Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002)

4.2.3. Composición

En base a los resultados obtenidos por Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002: p.316), podemos concluir que, dentro de los neologismos formados por composición, en el lenguaje político cobran importancia los compuestos sintagmáticos binominales, sobre todo, los que contienen sustantivos que describen acciones políticas, como *plan*, *asunto*, *efecto*, *operación*, o relacionadas con la corrupción como *caso* o *escándalo*. Muchos de estos compuestos suelen ir unidos por un guion o guioncillo, como lo denomina Amando de Miguel (1994: p.55):

[...] el dialecto *politiqués* [...] es muy corriente el uso de ese recurso [el guioncillo] para unir dos sustantivos y componer con ellos un nuevo concepto, más evanescente, como es el gusto de muchos textos oficiales. Así, hablan los políticos de *contrato-programa*, *ley-marco* o *beca-salario*, que no suelen ser ni lo uno ni lo otro.

4.2.4. Siglación

Como señalamos en apartados anteriores, la siglación es el mecanismo de creación neológica mediante el cual una sigla llega a lexicalizarse por su continua aparición en los medios, y su desciframiento se hace innecesario. Estas siglas a su vez pueden dar lugar a compuestos y derivados. Este fenómeno, señalan Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002: p.322), “tiene un sólido arraigo en el lenguaje político (especialmente desde el advenimiento de la democracia), donde abundan las siglas”.

Tal es la importancia de la siglación en este lenguaje que autores como Rodríguez González⁵⁴ la han llegado a considerar “el principal método de formación de palabras designadoras de partidos políticos y grupos de toda clase, organismos, programas, etc.”, y especialmente productivo en la creación de términos que expresen la noción de ‘simpatizante’ o ‘miembro’ de un partido. Algunos ejemplos son: *ugetista, pepero, etarra, ucedero, pesoísta, peneuvista...*

La mayoría de las siglas que encontramos en el lenguaje político pertenecen al ámbito económico, y su uso es tan extendido que en ocasiones puede resultar abusivo e innecesario. Junto a las que designan partidos políticos, conviven otras como *INEM, PYME, IRPF, ONG, OCM*, etc.

4.2.5. Extranjerismos

El empleo de extranjerismos es una muestra de la poderosa influencia que tiene la globalidad lingüística en el lenguaje político y periodístico, que, cada vez con más frecuencia, introducen en su léxico propio préstamos de otros idiomas. Parece que existe la idea generalizada de que el uso de extranjerismos lleva implícita una noción de prestigio, un toque de distinción o de esnobismo⁵⁵.

En la actualidad, es el mundo anglosajón el que más influencia tiene en nuestra política, sobre todo en lo relacionado con el ámbito económico. Fue la llegada de la democracia la que abrió las puertas a la terminología política venida del inglés. También, quizá por la cercanía geográfica, a menudo encontramos en nuestro acervo léxico galicismos, no obstante, estos son más difíciles de encontrar porque suelen adaptarse a nuestra lengua, mientras que las voces inglesas tienden a mantener su fonética y morfología original.

En algunos casos es muy difícil determinar cuál es el idioma de origen de un neologismo político, dice Chris Pratt que:

⁵⁴ Cita completa en Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002: p.323), y en *Prensa y lenguaje político* (1991: p.85), obra del propio autor.

⁵⁵ Como recoge Amando de Miguel (1994: p.43), el mismo término esnobismo es un préstamo lingüístico que procede del inglés *snob*, cuyo significado es “esclavo de la moda”.

Por lo que al lenguaje de la política se refiere, conviene señalar que la base se deriva del francés, idioma que proporcionó a todas las lenguas modernas occidentales un léxico base. Influencia inglesa sí ha habido y hay todavía en el español –y demás lenguas europeas– con respecto al desarrollo del lenguaje típico, altamente abstracto, que no dice nada, aunque parece que dice mucho. Ahora bien, este lenguaje se ha internacionalizado tanto que resulta casi imposible decidir hoy en día de qué idioma provienen los neologismos (c.p. Núñez y Guerrero, 2002: p.476).

4.2.6. Neologismos de sentido

Coinciden los estudiosos del lenguaje que, en el político, abundan, por encima de los internos o de forma, los neologismos semánticos o de sentido. No obstante, no siempre será fácil apuntar a la causa de su creación, si viene de la mano de una admirable creatividad e innovación, o si es fruto de la duda o el desconocimiento de las herramientas léxicas de la lengua (Núñez y Guerrero, 2002: p.329). Fernández Lagunilla se atreve a decir que,

en el ámbito político muchas de las creaciones léxicas no están determinadas por la aparición de algo nuevo en la realidad, sino por la imaginación de los hablantes que, a través de procesos metafóricos, construye modelos conceptuales o establece analogías que hacen más accesible la comprensión y, sobre todo, la valoración de determinados conceptos.⁵⁶

La proliferación del neologismo semántico en el lenguaje político tiene que ver con la intencionalidad del discurso, pues este neologismo permite adecuar su significado a la estrategia y a los intereses de quien lo use. Parece que los políticos hablan y escriben como si temieran a su público, y lo cierto es que es así, porque no lo consideran audiencia sino electorado. Amando de Miguel (1994: p.22) habla de este miedo, que incluso a veces produce incoherencias en el lenguaje, como *cautela retórica*.

⁵⁶ María Fernández Lagunilla en *La lengua en la comunicación política II: la palabra del poder* (1999) citado en Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002: p.330).

Hay que emplear una terminología sinuosa, que no comprometa a nada, que permita desdecirse. Nada alarma tanto al vecindario como la claridad en la exposición. De ahí la paradoja: cuanto mejor situado esté un individuo o un medio de comunicación, tanto más oscuro y retorcido será su lenguaje.

Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002: p.331) citan a Alvar Ezquerro cuando establecen los dos procedimientos más extendidos para la creación de los neologismos semánticos, y añaden un tercero. Estos son: la metáfora, el deslizamiento y el calco semántico.

La metáfora, como sabemos, es el traslado o desplazamiento del sentido de un término a otro con el que guarda relación o similitud. El deslizamiento es, según estos autores, “el proceso mediante el cual se genera un nuevo significado encadenado de forma natural con la idea inicial de la palabra”, y a continuación señalan la dificultad que entraña el afirmar que se trata de un deslizamiento y no de una impropiedad léxica. Por último, estaremos ante un calco semántico cuando a una palabra española se le dote del significado de su palabra equivalente en otro idioma, fenómeno que ocurre en ocasiones al realizar incorrecciones en la traducción de los textos.

Algunos de los neologismos de sentido recogidos por estos autores son: *abrumador* en el sentido de ‘total, aplastante’ (*abrumadora victoria*), *fisura* como ‘algo que impide la cohesión’, *fontanero* para nombrar al ‘que se ocupa del trabajo sucio en la política’, *pinza* para referirse al ‘acuerdo entre partidos de ideologías distintas’, *rodillo* cuando se habla de que la mayoría tiene una actitud prepotente ante las minorías, o la tal ansiada en estos tiempos *transparencia* que se les pide a los políticos para que muestren la realidad de sus acciones, entre otros muchos.

4.2.6.1. Eufemismos

Dentro de los neologismos de sentido, el eufemismo es el rey del lenguaje político. Entendemos por eufemismo al proceso mediante el cual se evita una palabra que designa algo molesto o inoportuno para sustituirla por otra que entraña una connotación más agradable. Sin embargo, el eufemismo no solo encubre palabras malsonantes o insultos, sino que se ha convertido ya en una estrategia a seguir por los

políticos para disfrazar realidad y adecuarla a sus propios intereses, bien para dañar la imagen del adversario bien para potenciar favorablemente la suya.

El eufemismo político tiene particulares notas distintivas que lo hacen... más eufemístico. Por ejemplo, la nota de la ambigüedad calculada. En el afán, políticamente explicable, de ‘comprometerse sin comprometerse’, el político emplea el claroscuro lingüístico en virtud del cual nunca se le podrá reclamar la promesa incumplida. (Hernando, 1990: p.179)

Bernardino M. Hernando (1990: p.180-189) establece una posible clasificación del eufemismo, tal y como se utiliza en el lenguaje tanto político como periodístico:

1. El lenguaje amortiguado sirve para disfrazar lo feo de bonito o neutro, para restarle importancia a un hecho negativo. Aunque se refieran a lo mismo, el matiz es distinto cuando se habla de *reforma* en vez de *ruptura*, de *conflicto laboral* en lugar de *huelga*, o de *inseguridad ciudadana* para no decir *atracos y crímenes callejeros*.

2. La redundancia sirve a los políticos para adornar su discurso con sinónimos o adjetivos innecesarios con el fin de recalcar un determinado mensaje, engalanarlo o disfrazar lo fácil de complicado.

3. El lenguaje político, como el periodístico, resulta ser vago en ocasiones, cuando por ejemplo no se quieren revelar las fuentes, y políticos y comunicadores tienden a ‘irse por las ramas’. Se trata, dice Hernando (1990: p.187), de usar “expresiones ‘descomprometidas’ que apenas significan o cuyo sentido es de una total y casi siempre buscada imprecisión”.

Si a algo favorece el eufemismo es a la ambigüedad y al escapismo. Cualquier comunicador –político o periodista– huirá de las afirmaciones claras, de la transparencia del discurso porque, por encima de cualquier interés, predomina la persuasión, y la persuasión se consigue diciéndole a la audiencia –al ciudadano– lo que quiere oír. Por ello se hace imprescindible, para entender el discurso político, prestar atención tanto a lo que se dice como a lo que se destina al silencio.

No obstante, esta ambigüedad no es en ningún caso del lenguaje, sino de aquel que hace suyas las palabras. Así lo considera Amando de Miguel (1994: p.38):

[la ambigüedad] No es engañar; es no decir toda la verdad. En asuntos públicos esa conducta se reviste de suma gravedad. Lo peor es que se echa la culpa al lenguaje. El lenguaje nunca es ambiguo; son ambiguas las personas que tratan de comunicarse.

De igual modo que el lenguaje político está repleto de eufemismos, también son frecuentes en él los disfemismos o contra-eufemismos. Esta figura retórica consiste en sustituir “los términos nobles, o simplemente normales, por expresiones tomadas en dominios más vulgares, más familiares, más regocijantes”⁵⁷. En ocasiones observamos cómo los políticos dejan a un lado su argot eufemístico y emplean expresiones coloquiales, vulgares e incluso insultantes, con el principal objetivo de descalificar las acciones del adversario.

Por último, creemos necesario hacer alusión a la responsabilidad ética que tiene el periodista frente a la del político, la cuál daremos por perdida. Es habitual y una característica intrínseca del político querer disfrazar la realidad con eufemismos para captar votos y alzarse con el poder, pero al periodista no debería interesarle esto. El periodista debe ser un mero intermediador de la realidad, sin ambages, y guiarse por el método de la objetividad. Al periodista no le debe interesar la audiencia, sino hacer justicia y contar los hechos tal y como han sucedido. Debe estar alejado de cualquier ideología política, y no caer en el uso, consciente o inconsciente, de creaciones artificiales que encierran una visión concreta e interesada de la realidad, como lo son los eufemismos.

⁵⁷ Bernardino M. Hernando (1990: p. 185) cita las palabras de Carnoy, citado por Lázaro Carreter en *Diccionario de términos filológicos* (1984: p. 147), Madrid: Gredos.

5. TRABAJO DE CAMPO

5. 1. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA METODOLOGÍA

En el caso práctico de este trabajo estudiaremos la presencia neológica en la prensa digital, y concretamente, en la información política. Entendemos que la lengua ha sido y es siempre un claro reflejo de la sociedad y que, por tanto, va a plasmar de forma excepcional la situación política-económica de crisis y cambios sociales en la que nos encontramos sumidos. Como dice Edo (2009: p.21), “la prensa expone la realidad de una sociedad concreta en un momento concreto y eso exige la utilización de un lenguaje que siempre debe mantenerse vivo”.

Nuestro actual escenario político es un continuo remolino de partidos nuevos, como el revolucionario Podemos; de manifestaciones, revueltas y protestas; de crisis económica y financiera; de corrupción y de abusos de autoridad y de las funciones públicas, etc. Y todo ello está produciendo una ingente cantidad de términos nuevos para describir, con más o menos crítica y sorna en el caso de las columnas de opinión, estos fenómenos político-sociales. No por casualidad, vamos a aprovechar que nuestra investigación se desarrolla además en pleno periodo electoral para los comicios municipales y autonómicos del próximo mes de mayo de 2015. Así pues, creemos que, por este motivo, la política va a cobrar en estas fechas una especial importancia en los medios de comunicación, con informaciones referentes a los principales partidos políticos, a sus campañas electorales, sus mítines y sus acusaciones a los opositores. Derivado de ello, también creemos que habrá más afluencia de comentarios, críticas y valoraciones personales de los periodistas entendidos en la materia.

Para confeccionar el corpus de referencia, hemos elegido los dos diarios de información general con mayor importancia en nuestro país: *El Mundo* y *El País*. Y, de ambos, analizaremos las secciones de política nacional, tanto la información seca (sección *España*) como las columnas de opinión de los periodistas colaboradores (sección *Opinión*).

La elección de estos diarios se debe a que, para estudiar los neologismos en los medios de comunicación y basándonos en el criterio de Romero Gualda (1999: p.80),

consideramos que será más interesante analizar las páginas que van dirigidas a un público generalista, no especializado en política, pues se entiende que al especialista podrían resultarle familiares ciertas voces neológicas que serán desconocidas para aquellos ajenos a la materia en cuestión.

Nos aseguraremos de que estamos ante una voz neológica al introducir dicho término en el buscador online del Diccionario de la Real Academia Española, y comprobar que, efectivamente, tiene un carácter de novedad suficiente para no haber sido todavía registrado en él. Así pues, atenderemos como Almela (2008: p.23) a su criterio temporal y, como Alvar Ezquerro y el Observatorio OBNEO, a su criterio lexicográfico según el cual una palabra se considera neologismo siempre y cuando no aparezca en el corpus lexicográfico de exclusión, esto es, en el conjunto de diccionarios utilizados para determinar si las unidades son neológicas desde este punto de vista, conjunto al que pertenece el DRAE.

Estimamos suficiente el rastreo de un total de 100 artículos periodísticos durante el mes de abril de 2015. Delimitarlos a este mes es una cuestión simplemente de acotación temporal. Consideramos indiferente la elección de un mes u otro pues creemos que la información política es siempre una temática en auge en nuestro tiempo.

La selección de estos 100 artículos será a través de un muestreo aleatorio simple⁵⁸, en el que, concretado el tamaño de la muestra (N=100), los artículos van a ser elegidos al azar, de forma que cualquiera de ellos tiene las mismas posibilidades de aparecer en la muestra. Lo que sí se tendrá en cuenta es que dicha muestra incluya el mismo número de artículos de información seca que de artículos de opinión, y, asimismo, que de cada uno de los diarios se seleccionen 50 artículos, la mitad de la muestra total.

Una vez completado el corpus de neologismos, comprobaremos cuáles son los procedimientos de formación de palabras más productivos en el ámbito político, esto es, las tipologías neológicas más frecuentes, teniendo en cuenta la clasificación previamente establecida en el marco teórico.

⁵⁸ Para Ávila Baray (*Introducción a la metodología de la investigación*, 2006) el muestreo aleatorio simple es, de acuerdo con Webster (1998), el “que resulta de aplicar un método por el cual todas las muestras posibles de un determinado tamaño tengan la misma probabilidad de ser elegidas”, así, la probabilidad de selección de la unidad de análisis A es independiente de la probabilidad que tienen el resto de unidades de análisis.

Así pues, clasificaremos dichos neologismos en función de su grado de relación con el sistema lingüístico: si se trata de neologismos internos, inherentes a nuestro sistema, o si, por el contrario, son neologismos externos, préstamos o adaptaciones de otras lenguas. Una vez así clasificados, ahondaremos en una tipología más concreta de cada neologismo. Los neologismos internos los catalogaremos bien sean de forma, creados mediante derivación o composición, bien sean de sentido y se refieran a juegos de palabras, metáforas y eufemismos. Respecto a los neologismos externos, diremos si se tratan de extranjerismos o barbarismos y dejaremos a un margen los préstamos, debido a la dificultad que entraña su diferenciación por haber sufrido una adaptación fonética y gramatical tal que podríamos considerarlos ya como parte del léxico patrimonial de nuestra lengua.

Para cerciorarnos de que la clasificación de los neologismos encontrados se había realizado de acuerdo a los criterios lingüísticos, creímos necesaria la consulta a varios expertos, filólogos hispánicos. No obstante, en caso de duda ante considerar un término o no neologismo o ante clasificarlo en una tipología concreta, nos guiamos por nuestro criterio personal, obedeciendo siempre a las investigaciones de los autores que se han incluido en el marco teórico.

No es objeto de este trabajo estudiar la frecuencia de aparición de los neologismos. Nos bastará con que aparezcan una única vez para poder incluirlos en el listado, pues no consideramos que el índice de frecuencia influya en la creatividad periodística. Por ejemplo, podría darse el caso de que un neologismo trascienda no por su frecuencia sino por el nombre del periodista que lo inventa. De estudiar la frecuencia de los términos, para su posterior registro, ya se ocupan los diccionarios como el DRAE. Este estudio no pretende vaticinar cuáles van a ser los posibles futuros términos registrados, sino considerar la creatividad del periodista político.

Partimos de los resultados de estudio de otros autores –como el de Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002)– de los que se concluye que, cuando leemos una noticia en prensa referida a la información política, el lenguaje empleado parece reunir ciertas características que lo diferencian del resto: la utilización de un vocabulario más cercano a la jerga y en ocasiones hasta vulgar, la adopción con frecuencia de voces extranjeras, el uso de palabras archisílabas para mostrar ampulosidad en la expresión, la prefijación y la sufijación como procedimientos usuales para crear nuevas voces, y la abundancia de los neologismos de sentido, sobre todo de eufemismos, que llevan implícito un matiz valorativo y subjetivo por parte del periodista.

Respecto a esto último, hay que tener en cuenta que en las columnas y artículos de opinión podemos encontrar creaciones aisladas, inéditas y originales, lo que Humberto Hernández denomina “neologismos de autor” (c.p. Vilches, 2006: p.184-185). Por ello, la práctica lexicográfica recomienda no valorar en exceso lo novedoso y exigirle a los neologismos una determinada frecuencia de aparición. En este corpus registraremos también estas voces, pero señalaremos que se tratan de creaciones lematizadas e individuales que nacen de impropiedades léxicas o de una “mal entendida audacia lingüística, propia de algunos profesionales de la comunicación”.

5.2. ANÁLISIS DEL CORPUS: NEOLOGISMOS EN LA PRENSA POLÍTICA

Este estudio no pretende realizar una comparación entre los dos diarios digitales analizados para determinar cuál de ellos es más y cuál menos creativo en su neología. Por ello, los casos que a continuación ejemplificarán estas conclusiones están extraídos indistintamente de cada uno de los diarios, pues no pretendo asociar la neología al estilo del diario ni a su línea editorial, sino a la capacidad creadora del periodista y articulista político.

Las conclusiones que se derivan del análisis de las tablas que creé para facilitar la labor de búsqueda y clasificación de los neologismos, no han sido en absoluto sorprendentes. Los resultados obtenidos son similares a los que ya Núñez Cabezas (2002) y Guerrero Salazar (2007) reflejaban en sus libros. Evidentemente, los términos neológicos no son los mismos –puede incluso que algunos de los que estos autores señalaban ya ni siquiera sean neologismos porque hayan sido registrados en los diccionarios–, pero lo que sí perdura a pesar del paso de los años son los mecanismos de creación más frecuentes.

Ahora bien, ¿es la creatividad o la necesidad de los periodistas lo que les impulsa a crear nuevas voces? En el gráfico siguiente podemos observar que en la información política predomina la neología denominativa frente a la estilística, es decir, la necesidad frente a la creatividad, y aun así, esta última presenta un porcentaje significativo.

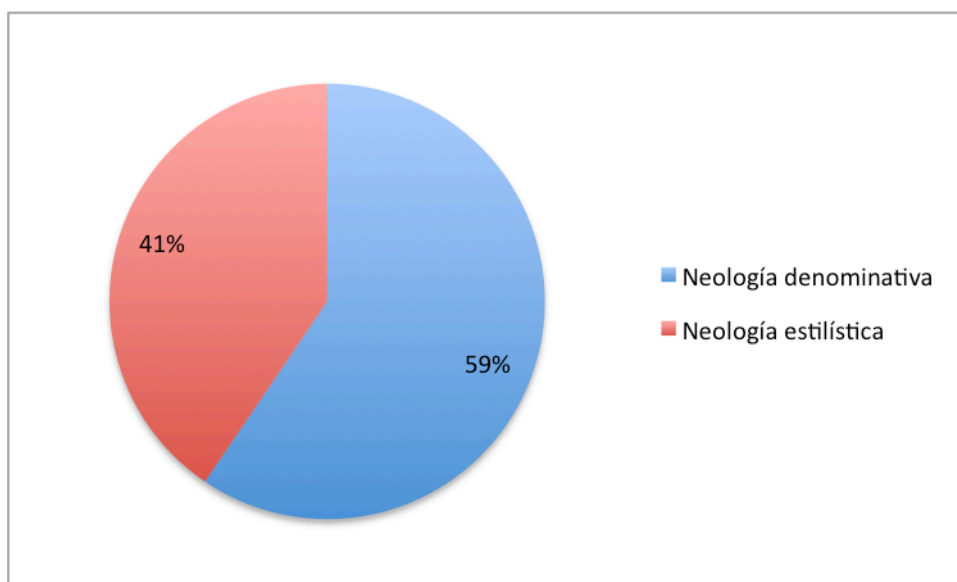


Gráfico 1. Neología denominativa y neología estilística

La neología denominativa permite nombrar nuevos conceptos y realidades políticas que surgen en un momento determinado hasta el cual no existían. Un ejemplo podría ser el término *podemistas* (o su similar *podemitas*), que se refiere a los dirigentes o partidarios del partido político de nueva creación liderado por Pablo Iglesias:

La noticia de que el primero dejará de ser senador de designación autonómica y que el segundo no repetirá como diputado en el Congreso ha llevado a los principales dirigentes **podemistas** a salir en cadena a colgarse la medalla de su marcha por la "firmeza" mostrada por el partido en las negociaciones con Susana Díaz. (*El Mundo*, 24-IV-15)

No obstante, la neología estilística también tiene mucho peso en este tipo de información, sobre todo en los artículos de opinión, ya que en estos los autores tienen mayor libertad para expresar sus ideas. Los llamados "neologismos de autor" son precisamente así denominados por tratarse de creaciones propias de un único autor y puntuales, con la misma trascendencia en el habla coloquial que la duración de la lectura del artículo. Esto no es excluyente para que algunas de estas creaciones acabe popularizando su uso, pero en principio, son términos de un solo uso que designan un concepto concreto en un contexto determinado.

Entre estos neologismos estilísticos encontramos, mayoritariamente, neologismos internos formados por composición, prefijación y sufijación, y neologismos de sentido en los que se adivina cierto tono irónico u otras intenciones personales.

Ahora ha sido detenido en España por presunto blanqueo y otros oscuros delitos monetarios el otrora **vice-dios** de Economía y Hacienda. (*El País*, 18-IV-15)

Y ahora, nos rasgamos las vestiduras porque a un poderoso político y financiero la Policía lo trate como a un **revientacajas**. (*El Mundo*, 20-IV-15)

Confieso que soy partidario de hacer una separación tajante entre la política, actividad entreverada de discurso y acción, y la '**politiquilla**', que se sustancia oponiéndose a todo en las tertulias televisivas, y no entre la **nueva** y la **vieja política**; (...) (*El Mundo*, 5-IV-15)

En contra de lo que pudiera parecer, pues en un primer momento se tiende a pensar en la neología como la importación de palabras de otros idiomas, más de un 90% de los neologismos políticos que he encontrado en mi análisis son internos, es decir, han sido creados a partir de modificaciones morfológicas y semánticas dentro de nuestro propio sistema lingüístico.

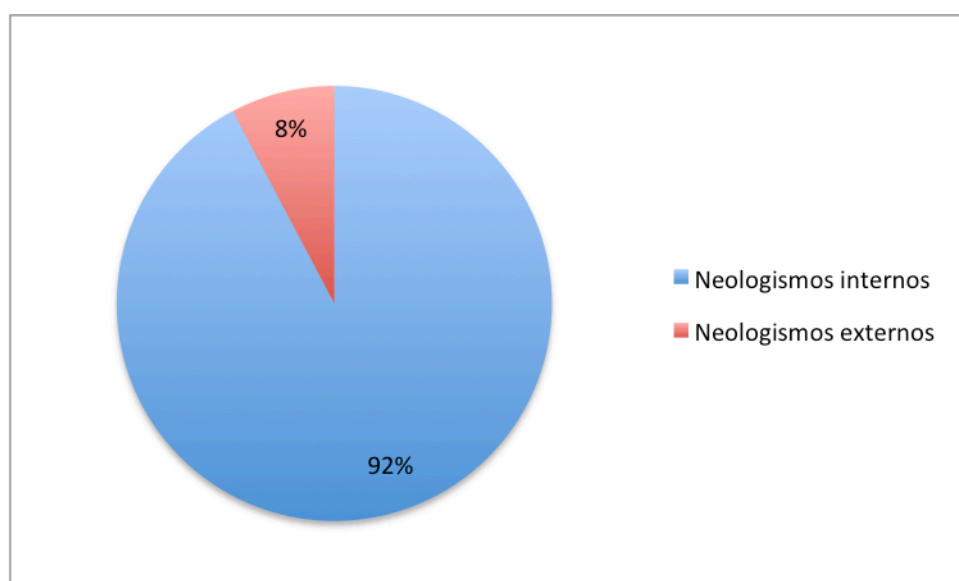


Gráfico 2. Neologismos internos y externos

Vamos, pues, a adentrarnos en las diferentes tipologías que encierra cada uno de estos grandes grupos de neologismos. Recordemos que la neología interna se divide a su vez en dos subgrupos: la neología de forma y la de sentido. Según los datos recogidos en este estudio, en el periodismo político cobra mayor importancia la primera, la de forma, que la segunda. Si bien los discursos políticos se nutren de cantidad de metáforas y eufemismos, los neologismos creados mediante procesos morfológicos son más recurridos por los periodistas.

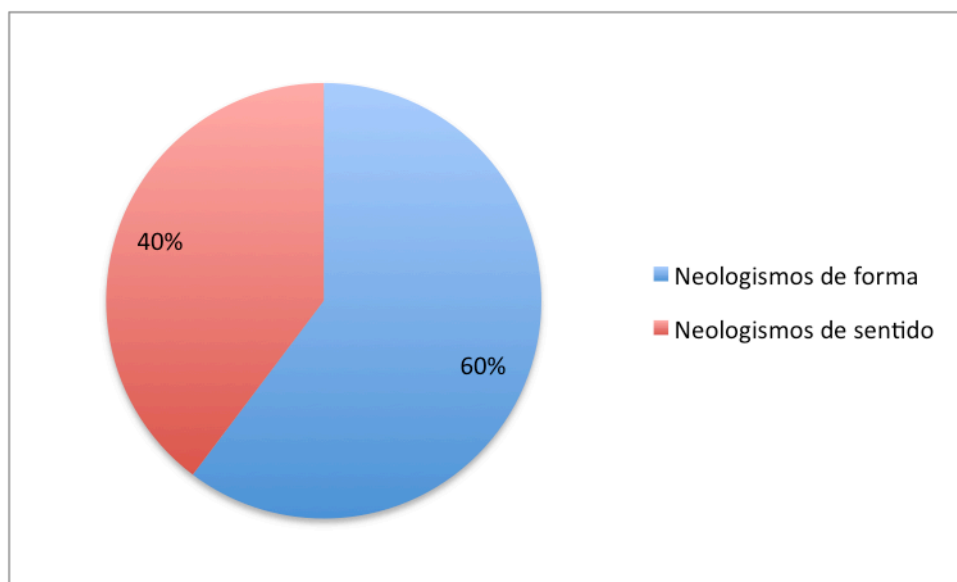


Gráfico 3. Neologismos de forma y de sentido

No obstante, y como se aprecia en el gráfico 3, la diferencia entre la cantidad de neologismos de forma y de sentido no es excesivamente grande. Aparte de la cuestión numérica, hay que tener en cuenta la complicación que entraña la búsqueda de neologismos de sentido, ya que muchos de los eufemismos pueden pasar desapercibidos ante el lector, quien podría asociarle un nuevo sentido inconscientemente, sin percatarse de que se trata de un neologismo. Los eufemismos sobre conceptos económicos son los que mayor apariencia dudosa presentan. Por ello, es importante que el lector crítico –ahora yo con esta investigación– sea cauto y preciso, y no caiga en equivocaciones y en querer ver dobles sentidos allí donde no los hay.

De igual modo que hay eufemismos ‘dudosos’, hay otros en los que claramente se aprecia una intención por querer disfrazar la realidad con un traje de neutralidad. Los eufemismos son frecuentes en políticas relacionadas con temas economía como hablar de *reforma* o de *ajustes* cuando se refiere recortes, de *recesión* o de *quiebra*

económica para evitar la palabra crisis, de *crédito en condiciones ventajosas* en lugar de rescate bancario, etc.

Frente a una legislación laboral que fomenta la temporalidad, la precariedad y la destrucción de empleo, cambio significa derogar por ineficaz e injusta la **reforma laboral** para acabar con la precariedad, (...) (*El País*, 25-IV-15)

Algún día habrá que aclarar la interesada confusión que encierra el término *reforma*. Un recorte presupuestario, una disminución de los recursos para la educación o la sanidad o la liquidación del programa de ayuda a la dependencia no son *reformas*; son sencillamente recortes. (*El País*, 28-IV-15)

En esos años, Cronos Global tuvo un "importante movimiento de divisas impropio del final de una fase alta del ciclo económico y del inicio de la **recesión**". (*El País*, 20-IV-15)

"La Comunidad valenciana ha llegado a ser un icono de los casos de corrupción", arranca Carolina Punset cuando enumera las razones por las que cree que su partido ha irrumpido como una fuerza⁵⁹ decisiva en el gran feudo del PP antes de las elecciones del 24 de mayo. "A eso se suma la **quiebra económica**" (...) (*El País*, 20-IV-15)

Lo que hace el Gobierno es crear ficción, algo mucho más artístico y entretenido que la mentira. Quizá lo suyo comenzó con alguna simple trola, como aquella de que no había rescate bancario sino "**crédito en condiciones ventajosas**" (*El Mundo*, 18-IV-15)

Otra de las cuestiones políticas que se trata con eufemismos es la que tiene que ver con la corrupción. Así se habla de *falta administrativa*, de *delitos económicos*, o de *roce judicial* con el objetivo de hacer más suaves los fraudes y las estafas. También encontramos términos como *desajustes*, *fisuras*, etc.

⁵⁹ En este caso, la palabra *fuerza* cobra un sentido que no se registra en los diccionarios, el de referirse a un partido político. Sería pues un neologismo de sentido, como veremos a continuación.

Respecto a la cúpula del partido, según ha podido saber este diario, no se ha detectado ningún agujero grave, sí alguna **falta administrativa**. (...) diremos que en casos normales se encuentran faltas administrativas, **desajustes** con Hacienda o tributos pendientes, multas de tráfico, problemas de regularización de pagos... (*El Mundo*, 26-IV-15)

En Anticorrupción se enteraron del registro y la detención del exvicepresidente por los medios de comunicación. El viernes por la mañana, la sección de la fiscalía especializada en **delitos económicos** pidió a Madrigal asumir la competencia sobre esta causa. (*El País*, 20-IV-15)

Es verdad que existe un cierto peligro en dejarse llevar por la espiral de echar de la política a cualquiera que tenga un **roce judicial**, pero algunos de los graves escándalos de ambos partidos están lo suficientemente documentados como para que tengan consecuencias. (*El País*, 11-IV-15)

Asimismo, los periodistas y políticos utilizan eufemismos para abordar otras cuestiones sociales que conllevan connotaciones negativas, como por ejemplo la inmigración ilegal:

El plan para restituir derechos a los **sin papeles** no recupera el carácter universal de la sanidad. (*El País*, 2-IV-15)

La Justicia no ve prevaricación en la '**devolución en caliente**' de inmigrantes en Melilla. (*El Mundo*, 22-IV-15)

(...) "la solución por la que se opta parece acorde con la reforma legislativa" emprendida en la Ley de Extranjería que crea la figura del **rechazo en frontera** para permitir la entrega automática de los inmigrantes a Marruecos respetando los tratados internacionales. (*El Mundo*, 22-IV-15)

O el reciente problema de los desahucios:

La presidenta del PP de Madrid y candidata a la Alcaldía, Esperanza Aguirre, y la aspiranta⁶⁰ a la Presidencia de la Comunidad, Cristina Cifuentes, han sufrido esta tarde un 'escrache' en Villaverde por parte de los miembros de la plataforma antidesahucios⁶¹. (*El Mundo*, 21-IV-15)

«Los **desalojos** no los autorizo yo. Yo estoy completamente en contra de los desahucios y quiero llegar a acuerdos con las entidades bancarias», les ha dicho. (*El Mundo*, 21-IV-15)

Al igual que abundan los eufemismos en el lenguaje político, también lo hacen las metáforas y metonimias. Sin embargo, como prueba el siguiente gráfico, las frases hechas son más difíciles de encontrar:

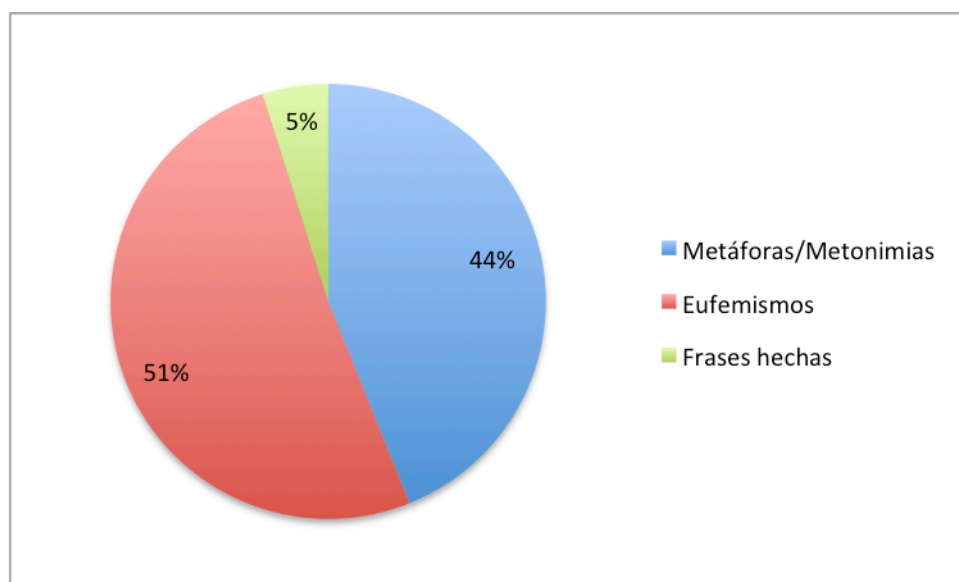


Gráfico 4. Neologismos de sentido

Es cierto que el lenguaje político emplea muchos coloquialismos, más aún cuando se trata de opiniones realizadas por periodistas expertos o de prestigio que se

⁶⁰ El término *aspiranta* podríamos considerarlo neologismo pero también una impropiedad léxica, con o sin conciencia de ella. El DRAE no acepta por ahora el doble género para el sustantivo *aspirante*.

⁶¹ Veremos en las páginas siguientes que el término *antidesahucios* es un neologismo interno creado por sufijación.

pueden permitir el lujo de escribir incluso alguna vulgaridad. Pero no todos los coloquialismos se pueden considerar neologismos dentro la tipología de frases hechas porque, aunque hayan experimentado un traspaso de un argot coloquial a un texto periodístico, son términos registrados en el DRAE y este es el requisito sobre el que me he basado a lo largo de este trabajo para no considerarlas palabras de nueva creación. Por ejemplo, he encontrado algunas referencias al sector publicitario y al ámbito deportivo, como las siguientes:

El '**trivago**' de Ciudadanos para los contratos públicos (*El Mundo*, 25-IV-15)

La formación que preside Albert Rivera celebró el sábado 25 de abril su primera convención municipal. **Pistoletazo de salida** a la campaña para las elecciones del 24 de mayo. (*El Mundo*, 26-IV-15)

La insinuación de Núñez Feijóo, primer **suplente en el banquillo** del PP, sobre la conveniencia de que Rajoy reflexione sobre su futuro en caso de un mal resultado en las elecciones locales y autonómicas (...) (*El País*, 26-IV-15)

Sobre la creatividad periodística y la originalidad de las frases hechas adaptadas a los asuntos políticos, Elvira Lindo (2015)⁶² dice lo siguiente:

Ha sido esta semana muy fructífera en cuanto a juegos de palabras se refiere. Así somos los columnistas, a veces volamos alto y otras a ras de suelo. Nos dan un apellido con posibilidades poéticas y nos volvemos locos. Ha sido la semana del "otro Rato", "¡vaya Rato!", "queda un Rato", "la rata de Rato", "tenemos Rato", "dentro de un Rato"... Confieso que, si no hubiera sido por el empacho de ingenio con el que hemos llegado al domingo, yo misma hubiera titulado la columna de esta manera: "Hay cuerda para Rato". Pero está bien que me lo ahorre, el chiste ya está sobado.

Para terminar de analizar los neologismos de sentido, solo nos quedaría hablar de las metáforas y las metonimias. Como decíamos, estas –más las primeras– son, junto

⁶² Cita de un artículo de opinión de Elvira Lindo para el diario *El País*, titulado "Rajoy se lleva un disgusto" y con fecha del 26 de abril de 2015. De dicho artículo he extraído varios de los neologismos que ejemplifican este trabajo.

a los eufemismos, los procedimientos de creación neológica de sentido que más asiduidad tienen en los textos periodísticos de información política. Hay multitud de ejemplos de estas figuras retóricas, y algunos son:

Los últimos meses han estado amenizados por los dimes y diretes en torno al liderazgo del Partido Socialista, particularmente inoportunos en un año de continuas citas con las **urnas**. (*El País*, 15-IV-15)

En su haber el PP puede decir que sigue siendo la **fuerza** más votada. Sin embargo, tendrá muy difícil encontrar apoyos para formar gobierno. (*El País*, 18-IV-15)

En este sentido, ha instado a Ciudadanos a decir "la verdad, que son afines al PP" y que son el "**partido bisagra**" del PP (...) (*El Mundo*, 26-IV-15)

Desde el primer momento se advirtió que las normas de concesión de subvenciones a las renovables —eólica, termosolar⁶³, fotovoltaica— favorecían la aparición de una **burbuja** energética dañina. (*El País*, 21-IV-15)

Su **caravana electoral** en las elecciones autonómicas y municipales del 24 de mayo se ha rediseñado para introducir este cambio. El PP quiere que Rajoy «baje del **atril**», según fuentes populares. (*El Mundo*, 26-IV-15)

Y las cabezas de los Pujol y Rato, tras el pedagógico auto de fe, huelen a **hoguera** en la plaza pública. Está por ver, sin embargo, si todo este movimiento justiciero se limitará a la punta visible del **iceberg** o se trata de un auténtico propósito de enmienda. (*El País*, 25-IV-15)

No obstante, como ya habíamos señalado en el inicio de este apartado, todavía más frecuentes que los neologismos de sentido son los neologismos de forma. El gusto de los políticos —y también periodistas— por usar en sus discursos palabras archisílabas con el objetivo de aparentar mayor especialización y conocimiento sobre el tema del

⁶³ Aunque no es un término que se refiera puramente a la política, la palabra *termosolar* es un neologismo de composición conglomerado, en el que los términos han acabado fusionándose para dar vida a un nuevo concepto.

que se está hablando, queda patente en la creación léxica, y por ello son los mecanismos morfológicos los que predominan en la neología política.

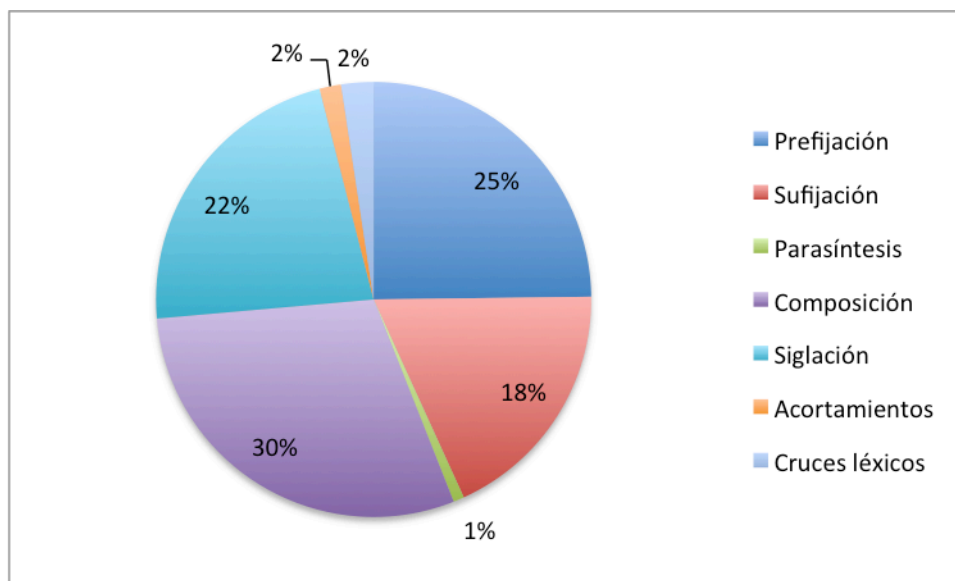


Gráfico 5. Neologismos de forma

El gráfico anterior muestra, de forma aproximada, los porcentajes de los neologismos de forma que he ido encontrando en mi investigación, clasificados según su tipología. Comprobamos que predomina la composición, seguida de cerca de la prefijación y sufijación, y, por supuesto, de las siglación y la acronimia. Apenas relevancia tienen los cruces léxicos y los acortamientos, y hay muy pocos casos de parasíntesis.

Como era de esperar en prensa, dentro de la composición, cobran importancia los compuestos sintagmáticos binominales. Se trata de compuestos libres cuyos términos son independientes el uno del otro, pero juntos poseen un significado diferente. En ocasiones se presentan con un guion entre ellos, y es frecuente encontrar el mismo término en distintos diarios, e incluso en distintas noticias de un mismo diario, indistintamente con o sin guion.

Pero C's puede formar parte tanto de una coalición de **centro-derecha** con el PP como de una de **centro-izquierda** con el PSOE, lo que implica definir los criterios de posibles acuerdos con ese partido en una visión de conjunto, pensando en las legislativas. (*El País*, 5-IV-15)

Las dificultades de gobernabilidad que se van a plantear tras las municipales y autonómicas pueden servirle de palanca para recuperar votos de **centroderecha** indecisos o infieles. (*El País*, 8-IV-15)

Los términos de los compuestos sintagmáticos libres que llevan guion mantienen las normas gramaticales y de acentuación de nuestro idioma y, debido a su carácter efímero y puntual, no suelen estar registrados en los diccionarios. La mayoría de estos compuestos son neologismos de autor y los encontramos en las columnas de opinión.

Cabe temer que a la **detención-espectáculo** llevada a cabo le sigan lentitudes posteriores de procedimiento, que enfríen la conmoción causada, aunque sin duda asistiremos también a la consabida fase de las filtraciones parciales. (*El País*, 18-IV-15)

Los nuevos **partidos-acontecimiento**, surgidos de la crisis social y de régimen (Podemos) y de la brecha abierta en el bipartidismo (Ciudadanos), son una incógnita tanto en su capacidad para cuajar como organizaciones como en su potencial renovador. (*El País*, 26-IV-15)

Y su final **político-partidario** no ha sido especialmente cruel si tenemos en cuenta que la facultad de los liderazgos absolutos de "hacer sin límites", que son aquellos a los que se da respetando las reglas democráticas toda la autoridad sin contrapesos, (...) (*El Mundo*, 5-IV-15)

Uno de los **poetas-candidatos** es Jorge Riechmann, que nació en el año 1962 en el barrio de Retiro. Es ecopacifista⁶⁴, profesor de Filosofía Moral, defiende los derechos de los animales y va en la lista de Manuela Carmena (...) (*El Mundo*, 28-IV-15)

Pero si hay compuestos realmente productivos en el lenguaje periodístico político, estos son los binominales que se refieren a sucesos como *casos de corrupción, escándalos financieros, operaciones judiciales*, etc. Desgraciadamente, en la actualidad hay muchos compuestos de este tipo formados por una de las palabras anteriores

⁶⁴ Tampoco se refiere a la política el término *ecopacifista*, no obstante es un neologismo de forma al unirse a su lexema el prefijo *eco-* que se refiere a la ecología.

seguida de un nombre propio, ya sea el del (mal) político de turno, el de la empresa relacionada, etc.

Francisco Granados pide al juez que le deje en libertad al considerar que, seis meses después de su detención, no existe una sola prueba que le incrimine en la denominada **operación Púnica**. (*El Mundo*, 18-IV-15)

Episodios como el *caso Monedero* o las luchas internas por el control de la organización nos recuerdan a los problemas que están detrás de la desafección hacia el Partido Popular y el Partido Socialista. (*El País*, 27-IV-15)

Unión, Progreso y Democracia, partido que impulsa la acusación popular en los **casos Bankia y de las tarjetas opacas de Caja Madrid**, ha pedido al juez Fernando Andreu que retire el pasaporte del expresidente de Bankia Rodrigo Rato y que le prohíba salir de España. (*El País*, 15-IV-15)

En ocasiones, para referirse a un mismo concepto se utilizan diferentes compuestos binominales, como sucede con la última *trama* de corrupción del exministro de Economía, Rodrigo Rato:

La '**operación Rato**' se precipitó al filtrarse que estaba en la lista de 705 casos de blanqueo. (*El Mundo*, 18-IV-15)

El '*caso Rato*' refuta las pretensiones de legitimidad para ejercer el poder que el PP recaba para sí como partido de gobierno de la derecha. (*El País*, 26-IV-15)

También encontramos en la prensa política compuestos sinápticos creados mediante preposiciones, como los eufemismos ya comentados *devolución en caliente* y *rechazo en frontera*. Pero, sobre todo, los que más abundan son los unidos por la preposición *de*.

La iniciativa del PSOE ha contado con el voto favorable de todos los grupos de la oposición salvo CiU, que, aunque ha apoyado la reprobación de Montoro por su actuación en el caso de los llamados **papeles de Bárcenas**, (...) (*El Mundo*, 21-IV-15)

El futuro de los nacionalismos periféricos en España, la redefinición del **Estado del Bienestar** para hacerlo sostenible, el incremento de la participación ciudadana en los asuntos públicos, la elección y control de los cargos públicos, (...) (*El Mundo*, 20-IV-15)

Guerrero Ramos (1995: p.32) apuntaba a otro tipo de compuestos, los conglomerados, en los que los términos aparecen fusionados y tan dependientes que deben considerarse una misma palabra y tener una entrada en el Diccionario. Estos también son frecuentes en la política:

Y la juez Mercedes Alaya sostiene que todos ellos participaron en la puesta en marcha de un plan para repartir sin control ayudas **sociolaborales** durante una década. (*El País*, 18-IV-15)

Y aunque en muchos medios de comunicación, especialmente los situados en la derecha, se intentaría desvirtuar el movimiento del 15-M⁶⁵ como una revuelta anarquizante de inspiración radical (tildando despectivamente a sus participantes como de **perroflautas**), (...) (*El País*, 6-IV-15)

El «cambio seguro» será «cambio» y será «seguro» únicamente si ambos comprenden que la responsabilidad política de Chaves no puede depender de su encuadramiento⁶⁶ en una categoría procesal o de su estricto interés **cortoplacista**. (*El Mundo*, 25-IV-15)

En segundo lugar, con un aproximado 25% según el gráfico 5, los neologismos de forma más frecuentes son los creados morfológicamente mediante prefijación y sufijación. Estos mecanismos dan lugar a palabras largas, archisílabas, con las que políticos y periodistas pretenden engalanar sus discursos y noticias. Así, encontramos formaciones neológicas que siguen los patrones de prefijación y sufijación de otros términos que sí están registrados en los diccionarios. Los prefijos más socorridos son los que aportan un sentido de contrariedad, oposición y negación, como *anti-* junto a sustantivos, *in-* en adjetivos y *des-* en verbos de acción:

⁶⁵ 15-M es un neologismo de siglación. Está explicado en páginas posteriores.

⁶⁶ *Encuadramiento* es un neologismo de forma por sufijación.

El fiscal Carlos García Berro, tras constatar el informe de los expertos en **antiblanqueo**, decidió cursar una denuncia en el juzgado, avalada por sus superiores jerárquicos en la fiscalía de Madrid, y ordenar el inmediato registro de las propiedades de Rato. (*El País*, 18-IV-15)

La Plataforma **Antidesahucios** revientan un mitin de las candidatas del PP en Villaverde y la dirigentes 'populares'⁶⁷ les invitan a tomar la palabra. (*El Mundo*, 21-IV-15)

El profesor Sosa hace públicos dos hechos indiscutibles: el autoritarismo ya **indisimulable** de Rosa Díez, y la responsabilidad en primera persona de ella misma en el fracaso del pacto con Ciudadanos, (...) (*El Mundo*, 11-IV-15)

(...) reduciremos a la vez el margen autonómico que ha llevado en algunas comunidades autónomas a **desfiscalizar** de forma casi absoluta herencias de miles de millones de euros". (*El Mundo*, 21-IV-15)

El propósito que se pretende es doble. Por un lado, '**desinstitucionalizar**' su imagen, que se le perciba como más cercano. Por otro, que se 'alimente' de nuevos puntos de vista. (*El Mundo*, 26-IV-15)

Otros de los prefijos que suelen aparecer en la información política son *co-*, para hacer alusión a la compañía y a la cooperación; y su contrario, *auto-*, que expresa la unidad, el individualismo:

Precisamente Collboni, en un acto en Madrid el pasado mes de noviembre, pidió la **cocapitalidad** junto a Madrid de Barcelona, y propuso que el Senado sea trasladado a la capital catalana. (*El Mundo*, 18-IV-15)

⁶⁷ Con *populares* se refiere a las candidatas pertenecientes al Partido Popular, por lo que podría considerarse un neologismo de sentido.

Lo peor nos lo veníamos oliendo desde hacía dos años, aunque antes de lo peor, de saber cómo habían arruinado Bankia, asistimos a lo indignante: los sueldazos⁶⁸ que Rato y otros Ratos como él se **autoasignaban**; (*El País*, 26-IV-15)

De igual modo, encontramos muchos neologismos formados mediante prefijación con carácter de posición temporal, tanto de anterioridad (*pre-*) como de posterioridad (*pos-*):

(...) y ahora, ya en esta larga **precampaña**, toca presumir de que en muchos aspectos somos ya líderes en Europa y no conviene cambiar ni de conductor ni de camino. (*El País*, 19-IV-15)

Las encuestas son claras: los ciudadanos piden acuerdos **poselectorales** como vía para la regeneración. Podemos condicionará las elecciones, pero C's⁶⁹ determinará los pactos. (*El País*, 19-IV-15)

Así como neologismos prefijados que expresan valores cuantitativos y de tamaño:

Eso sí, el PSOE no debe olvidar el castigo de los electores que ha padecido siempre que se ha empeñado en sumarse a alianzas **multipartidistas** de izquierdas en distintos territorios, muchas antinatura⁷⁰, con tal de tocar poder. (*El Mundo*, 6-IV-15)

Hasta hoy, el Gobierno sólo ha aplicado dos disposiciones que pueden entenderse como reformas: la bancaria, inspirada y **semiejecutada** por la troika, que rescató el sistema financiero, y la laboral, (...) (*El País*, 27-IV-15)

⁶⁸ El término *sueldazo* es un neologismo formado por un sufijo apreciativo, *-azo*, como veremos en las páginas siguientes.

⁶⁹ Todas las siglas de los diferentes partidos políticos y otras formaciones son neologismos de siglación, pues como tal, no aparecen en los diccionarios.

⁷⁰ *Antinatura* también es un neologismo de prefijación.

Por su parte, en los artículos de opinión predominan los prefijos apreciativos. El más fructífero, como en el resto de ámbitos y en el lenguaje coloquial, es sin duda *super-* (sin tilde), pero también encontramos otros intensificadores como *hiper-* o *macro-*:

Displicente, **supercasta**, blindado, casi intangible, pura Zona Nacional, cosmopolita... Mírenlo: lo han detenido a empellones como a un mafioso. (*El Mundo*, 20-IV-15)

Tras sucesivos aplazamientos, la Sareb terminó adjudicando uno de los cuatro lotes del **súpercontrato**, el llamado proyecto Íbero⁷¹, a Servihabitat el pasado diciembre, que ofreció más de 100 millones para conseguir ser proveedor del banco malo⁷². (*El Mundo*, 27-IV-15)

¿Quién no ve una reflexión oportuna sobre **hiperliderazgos** de esta naturaleza cuando se analizan las vicisitudes del PSOE y la figura de Felipe González o las del PP y la personalidad de José María Aznar? (*El Mundo*, 5-IV-15)

Tanto los tracking⁷³ de Ferraz como una **macroencuesta** que ha encargado el PSOE regional dan un empate técnico al PSOE y al PP y confirman la pérdida de la mayoría absoluta popular. (*El Mundo*, 26-IV-15)

No podemos olvidarnos de los prefijoides o pseudoprefijos, que igualmente son responsables de muchas nuevas creaciones en el periodismo político. Destaca entre todos los demás el prefijoide *euro-*, con el que se forman multitud de conceptos que aluden a la pertenencia de España a la Unión Europea.

Coyunturas electorales al margen, la **eurozona** y la propia España tienen aún una ardua tarea pendiente. (*El País*, 7-IV-15)

⁷¹ Proyecto Íbero sería un compuesto binominal de los frecuentes en la información política, como los formados por *caso* o *escándalo*, por lo tanto un término de nuevo cuño.

⁷² El compuesto *banco malo* es una nueva creación (neologismo de sentido, eufemismo) para denominar a los bancos que permiten la corrupción y diferenciarlos de los *bancos buenos*, aquellos que son leales.

⁷³ El término anglosajón *tracking* es uno de los pocos extranjerismos que he encontrado entre la información política.

López Aguilar sufre en su carne débil (él ha confesado que fue infiel a su mujer) la condena de la sociedad e independientemente de lo que pase con la denuncia por malos tratos, la carrera política del **europarlamentario** ha quedado truncada para siempre. (*El Mundo*, 12-IV-15)

La presión de la religión sobre la política no se limita a la derecha. Es imposible entender la aparición de Podéis sin la presencia de dios y en especial de la **telepredicación**, y de su telepredicador mayor, Iglesias para más inri, (...) (*El Mundo*, 10-IV-15)

Algo menos relevante que la prefijación, pero aun así bastante considerativa, es la presencia de la neología por sufijación en el periodismo político. La sufijación denominativa que designa nuevos conceptos como el término *yihadista* derivado de la organización terrorista islamista llamada Yihad,

Los últimos atentados **yihadistas** en París, Copenhague y Túnez han hecho más acuciante la necesidad de concertar una política común que permita combatir eficazmente la creciente amenaza del terrorismo islamista. (*El País*, 10-IV-15)

cohabita con la sufijación apreciativa, en la cual se aprecia la intencionalidad del autor. Hablamos de los aumentativos (-azo) y diminutivos (-illa), y también de los que dejan entrever una connotación peyorativa, como es el caso del sufijo -ía.

Me había hablado del "**volantazo**" que había dado el Ministerio de Economía, pasando de una primera fase en la que se alineó con Miguel Ángel Fernández Ordóñez para aprobarle un plan de salvamento con unas ayudas públicas (...) (*El Mundo*, 19-IV-15)

A Harpagón le van a reventar, otra vez, la **arquilla** en la que acumulaba el dinero. (*El Mundo*, 20-IV-15)

La operación Rato es la primera que se conoce con esta **aparatólogía** de la Agencia.
¿Qué fue del caso del clan Pujol⁷⁴? (*El Mundo*, 18-IV-15)

La sufijación apreciativa es más frecuente en las columnas de opinión que en la información seca y, en muchos casos, se explica desde la manía política por el alargamiento de las palabras. No se puede saber con claridad si estas nuevas palabras polisilábicas son creaciones conscientes del autor o, por el contrario, errores e impropiedades léxicas. Uno de los más fructíferos en el lenguaje político es *-miento*.

«Resulta que se investigan 'presiones o **prevalimientos**' sobre personas que no se han identificado todavía, 'para sacar adelante los pliegos y la adjudicación por el Pleno'», indica Molina. (*El Mundo*, 18-IV-15)

Es pronto para medir las repercusiones políticas del **enchironamiento** del líder de la oligarquía y el capitalismo de amiguetes, pero algunos dirigentes del PP decían este fin de semana: "Les hemos entregado el poder a Podemos". (*El Mundo*, 20-IV-15)

Frente a los deverbales y nominales, parece que en la política son más los sufijos adjetivales, como *-ista* o *-nte*:

(...) sobre la conveniencia de que Rajoy reflexione sobre su futuro en caso de un mal resultado en las elecciones locales y autonómicas, dado el carácter presidencialista del sistema político, adquiere valor **rupturista**. (*El País*, 26-IV-15)

Y además, los **sonrojantes** derivados de esa caída: los camaradas que ahora niegan al acusado; la cara de estupor del presidente por si el asunto le estropea sus elecciones o las sorprendentes palabras de Montoro en el Congreso (...) (*El País*, 26-IV-15)

El que sí es un mecanismo creativo característico de la neología política es la sufijación adjunta a nombres propios, esto es, sufijos que aluden a la pertenencia a una

⁷⁴ Tanto el *clan Pujol* como la ya mencionada *operación Rato* son neologismos de composición binominal.

doctrina determinada, a personas simpatizantes o a asuntos relativos a la figura de un político concreto, etc. Estos neologismos suelen aparecer en las columnas de opinión y, curiosamente, todos los que he encontrado en mi estudio pertenecen a un único artículo de Josep Ramoneda titulado "Fin de época". Este procedimiento, pues, está muy vinculado al estilo de escritura del periodista.

Vive la escena pública un ambiente de fin de época que recuerda el final del **felipismo**. (*El País*, 26-IV-15)

Cualquier intento de retomar la iniciativa se vuelve en contra del PP porque es difícil recuperar el pulso cuando se ha asumido la doctrina **marianista** de que nunca pasa nada. (*El País*, 26-IV-15)

El PSOE no consigue aparecer como alternativa, ni es siquiera capaz de capitalizar los progresos en derechos individuales del paréntesis **zapaterista**. (*El País*, 26-IV-15)

Aunque la prefijación y la sufijación son procedimientos neológicos de forma muy productivos en la política, no lo es tanto la suma de ambas, es decir, la parasíntesis. Tan solo he encontrado un término, en los más de 100 artículos que he consultado, del que no me cabe duda de que se trata de un neologismo parasintético: *despatrimonialización*. No encuentro ejemplo más evidente del amor del periodista político (periodista y / o político) por las palabras archisílabas.

Se trata de "presuntas operaciones de **despatrimonialización** que se vienen produciendo con mucha intensidad en los años 2014 y 2015 y que podría derivar de las posibles responsabilidades pecuniarias que le pueden ser exigidas a Don Rodrigo Rato Figaredo en el proceso judicial denominado Bankia" (...) (*El País*, 18-IV-15)

Vamos ahora a analizar otro de los mecanismos neológicos de forma, quizá el más productivo, como indicaba el gráfico 4. Me refiero a la siglación. Basta con leer cualquier noticia de prensa política para darnos cuenta de la cantidad de siglas y acrónimos que utilizamos en nuestro habla y escribir cotidiano casi sin darnos cuenta.

Su uso está tan estandarizado que de muchos dudaríamos si considerarlos neologismos.

La siglación es el principal método de creación de nuevas 'palabras' para designar partidos, formaciones, instituciones y organismos de todo tipo. Escribo 'palabras' entrecuillado porque hay quien podría decir que la unión de dos consonantes no pueden considerarse una palabra (como sucede en PP) sino que más bien son construcciones reducidas gráfica y fonéticamente con el objetivo de ahorrar espacio y tiempo y de facilitar la lectura de los textos.

Todos los partidos políticos actuales, a excepción de Podemos, tienen su equivalente en siglas: IU, PSOE, PP, C's, UCD; el vasco PNV, el navarro UPN, los catalanes CIU, ERC, PSC, CUP, y un largo etcétera. De igual modo, otras plataformas y organizaciones, así como instituciones, también quedan reducidas a un par de siglas:

Al igual que, según las encuestas, la **PAH** había logrado el apoyo del 90% de la gente a sus demandas, el 15-M también tenía la simpatía de la práctica totalidad de la ciudadanía (...) (*El País*, 1-IV-15) [Plataforma de Afectados por la Hipoteca]

A Felipe, con el **Gal**; a Rajoy, con la Inquisición de Montoro, que relajando al brazo mediático-secular a Rato asegura la derrota electoral del PP en Mayo y el fin del liderazgo de Rajoy, (...) (*El Mundo*, 20-IV-15) [Grupos Antiterroristas de Liberación]

Los resultados de la encuesta del **CIS** confirman la tendencia a la alza del optimismo de los españoles sobre asuntos económicos, pese a que todavía, al 74% de los ciudadanos la situación sigue siendo "mala" o "muy mala". (*El País*, 7-IV-15) [Centro de Investigaciones Sociológicas]

La siglación también reduce conceptos específicos de las jergas profesionales, por ejemplo de la económica o de la educativa, cuyos nombres originales son demasiado extensos y, por tanto, su reiteración en los textos periodísticos bastante tediosa.

Al PSOE le corresponde tomar medidas en el caso de los **ERE**, como al PP en otros que le afectan de lleno y que han contribuido no poco a la desconfianza en las instituciones. (*El País*, 11-IV-15) [Expediente de Regulación de Empleo]

Podemos rebajar el IVA cultural, anunciar otro recorte en el **IRPF**, más inversión en investigación, etc. Lo haremos, pero los que ya nos han condenado, no nos perdonarán porque tomemos esas medidas". (*El Mundo*, 12-IV-15) [Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas]

Además, se apunta a los beneficios de la reforma local para cumplir con el objetivo de una administración, una única competencia, y a la nueva ley educativa, la **LOMCE**, como grandes cumplimientos de su programa electoral. (*El Mundo*, 27-IV-15) [Ley Orgánica de Mejora de la Calidad Educativa]

Todas siglas anteriores las usamos a diario y su desciframiento nos resulta innecesario, entonces, ¿serían realmente neologismos? Según el criterio de Alvar Ezquerro y del Observatorio OBNEO sí deberían serlo, pues son unidades lexicográficas que tienen sentido por ellas mismas y que no están registradas en diccionarios de referencia como el DRAE, como si lo están otras siglas como CD, DNI, ONG e IVA.

Clasifica Alvar Ezquerro (2012: p.50) entre siglas transparentes y siglas opacas. En la terminología política encontramos de todo. Hay algunas que son siempre opacas (FBI, ERE), otras que son transparentes pues son ininteligibles de otra manera más que pronunciando su forma original desarrollada (C's se lee '*ciudadanos*') y otras que permiten ambas lecturas, como PSOE que se puede leer '*soe*' o '*partido socialista*' (del '*obrero español*' suele prescindirse).

Pero la siglación no se queda simplemente en la reducción a iniciales de las palabras, sino que va más allá y permite la formación de derivados a partir de estas siglas. Son ejemplos *pepero* y *ugetista*, aceptados por la RAE en la vigésima tercera edición de su Diccionario del pasado año 2014.

Por otro lado, cada vez es más habitual encontrar en la prensa política siglas alfanuméricas que nombran movimientos sociales, organizaciones institucionales y fechas significativas que quedarán en el recuerdo.

Soria (miembro del **G-8**) cree que lo mejor es la concesión por subasta, dar opción a otros. O sea, quitarle algo de poder a Santamaría. (*El Mundo*, 12-IV-15)

El **15-M** con su queja principal, expresada en el “No nos representan”, y su demanda central, “Democracia real ya”, muestra varias cosas a los futuros promotores de Podemos. (*El País*, 6-IV-15)

Pero en el PP son muy conscientes de que si la derrota el **24-M** fuese estrepitosa, es decir con el PSOE o Podemos por delante en el cómputo global, el partido entraría en una fase de crisis interna de consecuencias impredecibles. (*El País*, 26-IV-15)

Por el contrario, son escasos –por no errar en decir inexistentes dado que mi corpus es delimitado y podría darse algún caso aislado– los neologismos políticos formados mediante cruces léxicos y acortamientos. De estos últimos he hallado dos casos, pero no guardan apenas relación con la política:

El presidente del Gobierno da contadas ruedas de prensa al año (...) Lo normal es ver al jefe del Ejecutivo por televisión, a través del **plasma** o subido a un estrado dando un mitin. (*El País*, 19-IV-15)

Inmediatamente, dieron la voz de alarma y solicitaron a la Comisaría General de Seguridad Ciudadana, de la que dependen, el establecimiento de una '**contra**' (así le llaman a un servicio de contravigilancia⁷⁵). (*El Mundo*, 26-IV-15)

Por último, concluiremos el caso práctico de este trabajo estudiando la presencia que tienen en la prensa política digital los neologismos externos. El gráfico 2 nos mostraba que, en contra de lo que pudiera parecer, los neologismos externos son muy poco frecuentes en el periodismo político nacional: suman menos de la décima parte de los neologismos totales.

⁷⁵ El término *contravigilancia* también es un neologismo de forma, compuesto por el prefijo *contra-*, que expresa contrariedad y negación.

También dentro de ellos las proporciones son desiguales: aproximadamente, los extranjerismos (la suma de las porciones azul y roja en el gráfico siguiente) ocuparían el 95%, mientras que solo un 5% del completo quedaría relegado a los barbarismos.

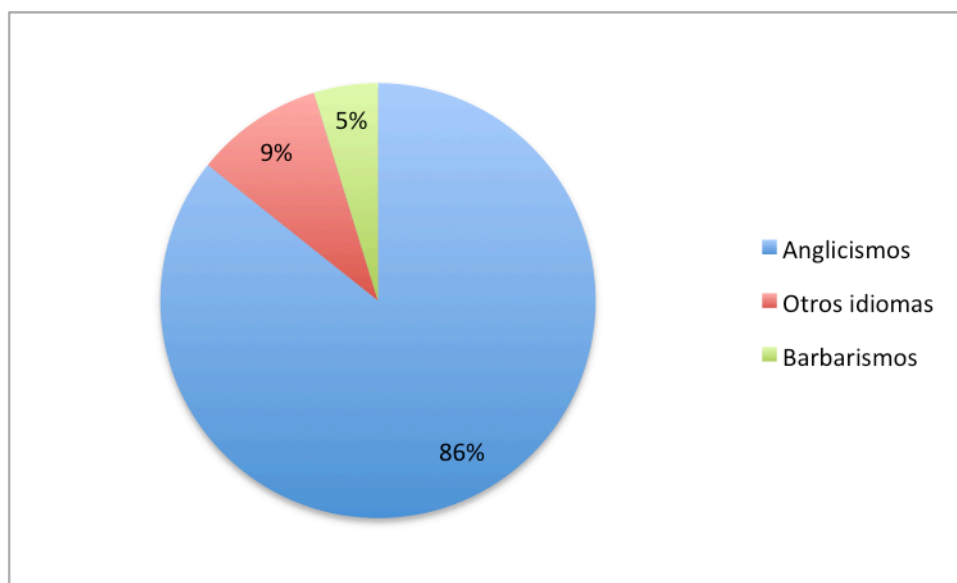


Gráfico 6. Neologismos externos

La mayoría de los extranjerismos son de origen anglosajón, dado que es el idioma más global en la actualidad y cuna de muchos conceptos nuevos, sobre todo en temática económica y empresarial, como los siguientes:⁷⁶

Aún no se conocía el escándalo de las tarjetas *black*, pero ya hacía tiempo que Rato no podía traspasar determinadas zonas de la ciudad sin temor a ser increpado en plena calle. (*El Mundo*, 19-IV-15)

⁷⁶ A menudo el periodista se enfrenta a la duda de cómo escribir los extranjerismos gráficamente. La Fundéu BBVA propone que, en los casos en los que los términos no presentan traducción ni adaptación al español, lo adecuado es usar la letra cursiva, o en su defecto las comillas. Incluso cuando el término procedente de otra lengua está incluido en el Diccionario, debe escribirse en cursivas, para indicar que se trata de una palabra ajena a la estructura morfológica y fonética de nuestro idioma.

A partir de ahí, la prima de riesgo se disparó y en el mes de junio, un mes después de mi salida de Bankia, el Gobierno tuvo que pedir un **bail out** de 100.000 millones". (*El Mundo*, 19-IV-15)

En semejantes condiciones le llevaron este lunes a uno de esos desayunos infinitos, (...) donde la clase política y empresarial pierde lo mejor de la mañana, entregada a la práctica de dar y recibir asesoría verbal, donde reside la esencia del *lobbying*. (*El País*, 27-IV-15)

Tanto los **tracking** de Ferraz como una macroencuesta que ha encargado el PSOE regional dan un empate técnico al PSOE y al PP y confirman la pérdida de la mayoría absoluta popular. (*El Mundo*, 26-IV-15)

Términos procedentes de otros idiomas tan solo he encontrado dos y, ambos, en artículos de opinión. El primero de ellos es de origen italiano y pretende comparar los políticos corruptos de hoy con un grupo de franciscanos herejes de la Edad Media:

El calvinismo fiscal se ha apoderado del gobernante medio. Cualquiera diría que, siete siglos después, los *fraticelli* se aprestan a triunfar sobre la corrupción del poder del dinero. (*El País*, 25-IV-15)

El segundo término, el francés *soufflé*, no podríamos considerarlo neologismo externo como tal puesto que está aceptado por la RAE, pero sí se trataría de un préstamo con función de neologismo de sentido, pues en esta ocasión se emplea con un significado metafórico:

Mi amigo catalán explica así la bajada del '**soufflé**': "La independencia es ya un esperpento, el único combustible de Esquerra y sus acompañantes. ¿Qué sería de Esquerra sin esa palabra? (*El Mundo*, 26-IV-15)

CONCLUSIONES

Caso Rato, 15-M, centroderecha, despatrimonialización, podemistas, devolución en caliente, think tank, escrache o antidesahucio, son solo algunas de las nuevas voces que ilustran el caso práctico de este trabajo. Sin embargo, estamos tan acostumbrados a leerlas y escucharlas en los medios de comunicación, incluso a usarlas en nuestras conversaciones diarias, que no somos conscientes de que se tratan de neologismos.

Son muchos los que erróneamente piensan que la neología solo está presente en las áreas de tecnología, ciencia y sociedad –a las que se les atribuye gran parte de los anglicismos–. No es así. La neología, la creatividad léxica, la podemos encontrar en cualquier tipo de información periodística, y por supuesto, también en la política, como nos demuestran los más de 200 neologismos que hemos encontrado en el corpus de noticias y artículos de opinión de género político-económico (N=100).

Esta exhaustiva búsqueda y clasificación de neologismos políticos o, mejor dicho, de neologismos presentes en la información política, nos permite afirmar y/o refutar las hipótesis de partida de nuestra investigación.

Como decíamos, a menudo se identifican los neologismos con los extranjerismos. Si preguntamos a alguien cuál es el neologismo de la enumeración con la que comienza este apartado, quizá nos dijera que *think tank* por tratarse de una voz inglesa. Pero lo cierto es que los neologismos no tienen por qué responder a un salto en las fronteras nacionales.

Uno de los objetivos que nos proponíamos al inicio de este trabajo era averiguar cuáles son los procedimientos neológicos más productivos en el lenguaje político. Tras el análisis del corpus, podemos afirmar con rotundidad que es la neología interna, es decir, aquella que forma nuevas voces a partir de la modificación semántica y morfológica enmarcada dentro de nuestro propio sistema lingüístico, la que genera la mayor cantidad de neologismos, a pesar de que autores como Núñez Cabezas y Guerrero Salazar (2002) confirmaran en sus estudios la frecuente adopción de voces extranjeras en el lenguaje político. Así lo demuestra el alto porcentaje de neologismos internos que hemos encontrado en nuestro análisis: más de un 90% frente a un ridículo porcentaje de extranjerismos.

Dentro de la neología interna, y siempre atendiendo a los resultados del caso práctico, son más frecuentes los procedimientos morfológicos de creación, sobre todo los que atienden a mecanismos de composición (*caso Monedero, partidos-acontecimiento*), prefijación (*antiblanqueo, cocapitalidad*) y sufijación (*yihadista, enchironamiento*). Todos ellos están motivados en parte por el gusto periodístico y político de emplear palabras archisílabas que demuestren mayor profesionalidad y conocimiento, y den lugar a discursos ampulosos y espectaculares. De igual modo –pero en este caso con el objetivo contrario, el de abreviar– son muy importantes en el lenguaje político los neologismos creados mediante siglación cuando se trata de nombrar a partidos y plataformas (*Cs's, PAH*), fechas significativas (*24-M, 15-M*), conceptos económicos (*ERE, IRPF*), etc.

Los neologismos semánticos, aquellos que modifican el sentido de una palabra ya existente con alguna finalidad particular, tienen menor repercusión en la información política. Confunde quizá que los discursos y declaraciones de los propios políticos generalmente están repletos de eufemismos con los que intentan disfrazar la realidad y dar una imagen positiva, o al menos neutral, lo más cercana posible a sus intereses. Pero en lo que se refiere al periodismo seco, meramente informativo, los eufemismos y metáforas ocupan un lugar secundario. No obstante, tienen más aparición en las columnas de opinión, en las que los periodistas dan rienda suelta a su libertad de expresión y creatividad.

Esto viene muy al hilo de la importancia y frecuencia de la neología estilística en el periodismo. Aunque esta ciertamente está presente en la información política, la encontramos casi en su totalidad en las columnas de opinión. Más que estilística, la neología en la información política es denominativa. Es creativa sí, pero podríamos decir que también necesaria. En la política, el periodista no suele crear nuevas voces por mero espíritu creativo sino porque, lógicamente, la sociedad al avanzar da lugar a nuevos conceptos e ideas que hasta entonces no existían y deben comenzar a nombrarse: nuevos partidos, nuevos movimientos sociales, nuevos acontecimientos y fechas que pasarán a la historia, nuevos casos de corrupción, nuevas investigaciones judiciales, etc.

Muchos de estos neologismos no serán registrados en el Diccionario puesto que son creaciones puntuales, no solo cuando son invenciones del periodista (neologismos de autor), también cuando su trascendencia temporal es limitada (por ejemplo, no tendría sentido incluir en el DRAE, el neologismo por composición *caso Rato*).

Pero, aunque haya nuevas voces que acaben olvidándose, lo que no varía son los mecanismos de creación más productivos (aunque *caso Rato* desaparezca, seguro que se crean otros neologismos por composición siguiendo la estructura de “caso + nombre propio” pero referidas a nuevas investigaciones judiciales o *casos de* corrupción). No obstante, no todos los neologismos caen en el olvido. Hay algunos que, debido a su continuado uso y frecuencia de aparición, acabarán incluyéndose en el Diccionario, como ha ocurrido ya con conceptos políticos como *pepero*, *ugetista*, *ONG*, *abertzale*, o *antisistema*, registrados en la última edición de 2014.

De lo que no cabe la menor duda es de que los medios de comunicación, y en concreto el periodismo, tienen un papel fundamental en la creatividad de nuestro patrimonio léxico, pues los periodistas, por el simple hecho de escribir públicamente, tienden a ser *prescriptores*⁷⁷ de modas y garantes de la realidad social. El origen del neologismo, ya esté en la sociedad o en los propios medios de comunicación, encuentra en estos últimos un escaparate perfecto para su difusión y popularización.

Así pues, la investigación tanto teórica como práctica de este trabajo, no hace otra cosa que afirmar la vital relevancia que tienen los medios de comunicación en la innovación léxica y en la evolución lingüística de nuestro idioma.

Concluimos con un fragmento del discurso del poeta y periodista argentino Juan Gelman, fallecido el pasado enero de 2014, cuando se le hizo entrega del Premio Cervantes 2007. Gelman afirmaba lo siguiente:

Cuando Lope dice "siempre mañana y nunca mañanamos" agranda el lenguaje y muestra que el castellano vive, porque solo no cambian las lenguas que están muertas. La lengua expande el lenguaje para hablar mejor consigo misma.

Larga vida a la lengua pues, larga vida al neologismo.

⁷⁷ En el mundo del *marketing*, se considera *prescriptor* a una persona o entidad que, por su importancia, su autoridad o su experiencia, es capaz de influir en una gran cantidad de usuarios. Esos usuarios siguen los consejos, las valoraciones o las decisiones de compra de dicho prescriptor porque lo consideran una fuente de plena confianza. La palabra *prescriptor* es curiosamente un neologismo, pues no se encuentra registrado en el DRAE.

BIBLIOGRAFÍA

ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2005) *Diccionario Panhispánico de dudas*. Madrid: Santillana.

ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2010) *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa libros.

ALBALADEJO, T. [et al.] (2008) *Creación neológica y la sociedad de la imaginación*.

ALMELA PÉREZ, R. (1999) *Procedimientos de formación de palabras en español*. Barcelona: Ariel.

--- *Neologismo y morfología*. Universidad de Murcia, 2008.

ALVAR EZQUERRA, M. (1992) "Los diccionarios académicos y el problema de los neologismos". *Agencia EFE: El neologismo necesario*, pp. 51-70. Madrid: Fundación EFE.

--- *La formación de palabras en español*. Madrid: Arco Libros, 8.^a edición, 2012.

--- "El neologismo: caracterización, formación y aceptabilidad". Madrid: Biblioteca de recursos electrónicos de Humanidades. Liceus. Servicios de gestión y comunicación S.L., E-excelence. 2005.

--- *Nuevo diccionario de voces de uso actual*. Madrid: Arco Libros. 2003.

ÁLVAREZ GONZÁLEZ, A. (2006) *La variación lingüística y el léxico: conceptos fundamentales y problemas metodológicos*. Hermosillo, México: Editorial Universidad de Sonora.

ANAINÉ, S. (2009) "Neologismos en discusión", Argentina: Clarín.
<<http://www.fundeu.es/noticia/neologismos-en-discusion-5131/>>

AMANDO DE MIGUEL (1994) *La perversión del lenguaje*. Madrid: Espasa Calpe

CABRÉ, M. T. *et al.* (2002) "Evaluación de la vitalidad de una lengua a través de la neología: a propósito de la neología espontánea y de la neología planificada". *Léxic i neologia*, Institut de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

CALONGE, J. (1999) "El neologismo". *Actas V Jornada de Metodología y Didáctica de la Lengua Española. El neologismo*. Universidad de Extremadura, Cáceres, pp. 147-154.

COCA, C. (1992) "El lenguaje periodístico ante el neologismo" *Agencia EFE: El neologismo necesario*, pp. 90-94. Madrid: Fundación EFE.

EDO BOLÓS, C. (2009) *Periodismo informativo e interpretativo: El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. 2^a edición. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

ESTEBAN ASENCIO, L. (2008) "Neologismos y prensa". *AnMal Electrónica* 25, Universidad de Málaga, pp. 145-165.

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, M. (2004) "La incorporación de neologismos al español actual. Extranjerismos y nuevas acepciones". Lección inaugural en la solemne apertura del curso académico 2004/2005. Universidad Católica de Ávila.

FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE. TASCÓN, M. (DIR.) (2012). *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Galaxia Gutenberg S.L. y Círculo de Lectores S.A.

GARCÍA PLATERO, J. M. (1997) "El léxico de uso en el español contemporáneo: el lenguaje periodístico". Tesis doctoral/microficha. Universidad de Málaga, Málaga.

--- "El lenguaje del periodismo y su reflejo en la creación léxica". *Teoría y práctica de la lexicografía. IV Jornadas Internacionales sobre Estudio y Enseñanza del léxico*. Granada, Método, pp. 105-110. 1998

--- "Los medios de comunicación ante la neología". *Léxico y voces del español*. Universidad de Málaga, Málaga, pp. 55-72. 1999.

GÓMEZ CAPUZ, (1998): *El préstamo lingüístico. Conceptos, problemas y métodos*, Valencia, Cuadernos de Filología, anejo XXIX, Facultat de Filologia, Universitat de València, Valencia.

GRIJELMO, Á. (1992) "El lenguaje periodístico ante el neologismo" *Agencia EFE: El neologismo necesario*, pp. 94-99. Madrid: Fundación EFE.

--- *La seducción de las palabras*. Madrid: Taurus. 2000.

GUERRERO RAMOS, G. (1995) *Neologismos en el español actual*. Cuadernos de la Lengua Española. Madrid: Arco Libros

GUERRERO SALAZAR. S. (2007) *La creatividad en el lenguaje periodístico*. Madrid: Ediciones Cátedra, Grupo Anaya S.A.

GUTIÉRREZ GUTIÉRREZ, C., FABIÁN CAPARRÓS, E.A. y PALOMO GARCÍA. C. (2012) *Diccionario de neologismos*. Madrid: Everest.

HERNANDO, BERNARDINO M. (1990) *Lenguaje de la prensa*. Madrid: EUDEMA Actualidad

LÁZARO CARRETER, F. (1977) "El lenguaje periodístico, entre el literario, el administrativo y el vulgar". *Lenguaje en periodismo escrito*. Madrid: Fundación Juan March, pp. 7-33.

--- "El neologismo: planteamiento general y actitudes históricas". *Agencia EFE: El neologismo necesario*. Madrid: Fundación EFE, 1992.

--- *El nuevo dardo en la palabra*. Madrid: Aguilar, 2003.

LORENZO CRIADO, E. "Neologismo y anglicismo". Cáceres: Universidad de Extremadura, Instituto de Ciencias de la Educación, pp. 19-30. 1999.

MEDINA LÓPEZ, J. (2004) *El anglicismo en el español actual*. Madrid: Arco Libros., 2ª edición.

MÉNDEZ SANTOS, M. C. (2011) *Los neologismos morfológicos del español en el lenguaje de la prensa*. Madrid: Editorial Académica Española.

MONTORO DEL ARCO, E. T. (2012) "Neología y creatividad lingüística". Anejo n° 77 de la Revista *Quaderns de Filologia*. Universitat de València.

NOGUERA VIVO, J. M. (2008) *Blogs y Medios. Las claves de una relación de interés mutuo*. Libros en Red.

NÚÑEZ CABEZAS, E. A. (2002) "Incremento del vocabulario por procedimientos semánticos. Metáfora y eufemismo. Fenómenos de manipulación" *Lengua española y comunicación*. Barcelona: Ariel, pp. 393-404.

--- "Los extranjerismos en la prensa". *Lengua española y medios de comunicación: norma y uso*. Málaga: VG Ediciones y Junta de Andalucía, pp. 109-124. 2005

NÚÑEZ CABEZAS, E.A. y GUERRERO SALAZAR, S. (2002) *El lenguaje político español*. Madrid: Ediciones Cátedra.

ORTEGA MARTÍN, M. P. (2001) "Neología y prensa: un binomio eficaz". *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*. Universidad Complutense, Madrid.

PARRA VALCARCE, D. (2004) *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2014) *Diccionario de la lengua española*, 23.^a edición. Madrid: Espasa Libros.

--- *Diccionario Panhispánico de Dudas*. Madrid: Santillana, 2005.

RODRÍGUEZ-IZQUIERDO, F. (1993) "El neologismo literario". *Estudios lingüísticos en torno a la palabra*. Universidad de Sevilla, Sevilla, pp. 181-187.

ROMERO GUALDA, M^a. V. (1999) "Neologismo y medios de comunicación". *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española, El neologismo*. Universidad de Extremadura, Cáceres, pp. 67-96.

SALAVERRÍA, R. (coord.) (2005) *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

SANMARTÍN SÁEZ, J. (2000) "La creación léxica I. Neologismos semánticos: las metáforas de cada día". *¿Cómo se comenta un texto coloquial?* Barcelona: Ariel, pp. 125-141.

VILCHES VIVANCOS, F. (coord..) (2006) *Creación neológica y nuevas tecnologías*. Jornadas sobre la Creación Neológica y el Periodismo oral y escrito. Madrid: Dykinson.

--- *Creación neológica y la sociedad de la imaginación*. Madrid: Dykinson. 2008.

