

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет романської філології і перекладу

Кафедра іспанської та французької філології

Курсова робота з лінгвістики

**на тему «ЯВИЩЕ НЕОЛОГІЇ : ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ ТА
КЛАСИФІКАЦІЯ НЕОЛОГІЗМІВ»**

Допущено до захисту

«__» _____ 20__ року

Студентки групи МЛі 03-19

факультету романської філології

і перекладу

денної форми навчання,

освітньо-професійної програми

Іспанська мова і література, друга

іноземна мова, переклад

за спеціальністю 035 Філологія

Пономаренко Аліни Сергіївни

Завідувач кафедри

іспанської та французької

філології

Науковий керівник:

к. філол.н., доцент

Редковська Тетяна Олександрівна

(науковий ступінь, вчене звання, ПІБ)

ЗАЛЕСНОВА О.В.

(підпис)

(ПІБ)

Чотирибальна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KYIV**

Facultad de filología romana y traducción

Departamento de filología hispánica y francesa

**Trabajo de curso en lingüística
sobre el tema: « EL FENÓMENO DE LA NEOLOGÍA: FORMAS DE
FORMACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS NEOLOGISMOS »**

Autorizado a la defensa

« ____ » _____

Del estudiante de grupo Mli 03-19

de la facultad de filología romana
y traducción

de programa de formación profesional

Lengua y Literatura español, secunda lengua,
traducción

especialidad 035 Filología

Ponomarenko Alina

Jefe de departamento de

Filología hispánica y francesa

Dirigente científico:

Candidata en ciencias filológicas,

docente Redkovska T.O.

Olena Zaltiesnova

(grado, título universitario, nombre, apellido)

(firma) (nombre, apellido)

Calificación final _____

Evaluación ECTS _____

АНОТАЦІЯ

Курсова робота присвячена дослідженню неологізмів в іспанській мові з огляду на їхню етимологію, значення, походження та використання. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що світова глобалізація, щоденні зміни в усіх аспектах суспільства, науково-технічний прогрес впливають на розвиток та на лексичний склад мови. Постійна динаміка суспільства відбивається на мові і так утворює появу неологізмів. Основним завданням дослідження є визначення безперервного поповнення лексичного складу мови новими словами. Мова - це явище, яке постійно вдосконалюється і це відбувається постійно протягом століть. Одні слова зникають, а інші з'являються і так по колу. Неологізми пов'язані практично з усіма сферами сучасного суспільства. Вони використовуються в юриспруденції, медицині, економіці, в комп'ютерних науках, бізнесі, тобто практично в усіх сферах, пов'язаних з новими технологіями. Кількість неологізмів стрімко зростає і ними постійно збагачуються сфери людської діяльності. І за цим процесом треба ретельно слідкувати. Збагачення словникового запасу мови шляхом додавання нових лексичних одиниць є найкращою ознакою того, що мова розвивається. Але є ще й так званий «мовний бар'єр», який виникає при недоречному вживанні неологізмів. Іншими словами, коли неологізми вживаються як слова з неправильним значенням.

Мета дослідження курсової роботи є вивчення поняття «неологізм» та виявлення особливостей формування та функціонування нових слів в іспанській мові. У процесі дослідження будуть використані методи лексикологічного аналізу, етимологічний метод, а також метод порівняння з іншими мовами.

Результатами цієї курсової роботи буде детальне дослідження неологізмів в іспанській мові та їхній вплив на сучасне мовлення.

Ключові слова : неологізм, лінгвістика, лексика, фразеологізм, запозичення, сленг, жаргон, інновації, технології, мас-медіа, інтернет, комунікація, тенденції

PLAN

INTRODUCCIÓN.....	5
PARTE 1 EL ASPECTO TEÓRICO DE LA NEOLOGÍA.....	7
1.1 El concepto de neologismo	8
1.2 Formas de formación de neologismos.....	11
1.3 Factores que influyen en la formación de neologismos.....	13
1.4 Clasificación de los neologismos según diferentes características.....	14
Conclusiones del parte 1.....	18
PARTE 2 ETAPAS DE FORMACIÓN Y FORMAS DE CREACIÓN DE NEOLOGISMOS.....	20
2.1 La historia y las tendencias actuales en la formación de neologismos.....	21
2.2 Análisis de los neologismos en el habla moderna.....	22
2.3 El papel de los medios de comunicación en la formación de neologismos.....	26
2.4 La influencia de la comunicación por Internet en la formación de neologismos.....	29
Conclusiones del parte 2.....	34
CONCLUSIONES GENERALES.....	36
BIBLIOGRAFÍA.....	38
DICCIONARIOS.....	40

INTRODUCCIÓN

La neología es uno de los temas más interesantes relacionados con el lenguaje. Hoy en día vivimos en una era de rápidos cambios tecnológicos y desarrollo científico, lo que da lugar a la aparición de nuevas ideas, productos y conceptos. Estas nuevas ideas requieren nuevas palabras y terminología para transmitir las y comprenderlas.

Los neologismos se están convirtiendo en una necesidad en la sociedad actual y ayudan a las personas a expresar sus pensamientos e ideas con mayor precisión y claridad. Nos muestran cómo cambia el lenguaje y cómo se adapta a nuestras necesidades modernas.

Son uno de los fenómenos más interesantes de la lexicología científica y la lexicografía. En la actualidad, el rápido desarrollo de la tecnología y la globalización cultural provocan un aumento significativo del número de palabras y expresiones nuevas que aparecen en nuestras lenguas. Esto se debe no sólo a los cambios en las condiciones sociales, sino también a la penetración de nuevos conceptos, tecnologías e ideas.

Los neologismos son nuevas palabras o nuevas formaciones que aparecen en la lengua como consecuencia del desarrollo de la sociedad y la ciencia, así como de la necesidad de expresar nuevas ideas y conceptos. Los neologismos pueden crearse combinando dos o más palabras, utilizando preposiciones y prefijos, o tomarse de otras lenguas o dialectos. Los neologismos aportan vitalidad y relevancia a la lengua, pero es importante utilizarlos con prudencia y de acuerdo con las normas lingüísticas.

Por desgracia, los neologismos son a menudo causa de disputas y malentendidos porque no todas las personas entienden su significado. Por lo tanto, este tema debe investigarse.

La actualidad del tema de investigación radica en que la globalización mundial, los cambios cotidianos en todos los aspectos de la sociedad y los avances científicos y tecnológicos influyen en el desarrollo y la composición léxica de la lengua. La dinámica constante de la sociedad se refleja en la lengua y da lugar así a la aparición de neologismos.

El objeto principal del estudio es determinar la continua reposición de la estructura léxica de la lengua con nuevas palabras.

El objetivo de la investigación es estudiar el concepto de «neologismo» e identificar las peculiaridades de la formación y el funcionamiento de las palabras nuevas en la lengua española.

Las tareas principales del estudio es determinar la continua reposición de la estructura léxica de la lengua con nuevas palabras.

Los principales **métodos** de estudio son: el análisis léxico, el método etimológico y el método de comparación con otras lenguas.

La estructura del trabajo se compone de introducción, dos capítulos con conclusiones para cada de ellas

Palabras clave: neologismo, lingüística, vocabulario, fraseología, préstamos, argot, jerga, innovación, tecnología, medios de comunicación, Internet, comunicación, tendencias.

CAPITULO 1.

EL ASPECTO TEÓRICO DE LA NEOLOGÍA

La neología es el estudio de la creación y uso de nuevas palabras en un idioma. Desde un punto de vista teórico, la neología implica una comprensión profunda de cómo se forman las palabras y cómo evoluciona el lenguaje a lo largo del tiempo.

La creación de nuevas palabras puede ocurrir por diferentes procesos lingüísticos, como la derivación, la composición, la abreviación, la conversión, entre otros. Estos procesos pueden ser más productivos en unos idiomas que en otros y pueden variar según el contexto cultural y social.

En cuanto a la evolución del lenguaje, la neología está influenciada por muchos factores, como los avances tecnológicos, los cambios sociales y culturales, la globalización y las interacciones lingüísticas entre diferentes idiomas.

Las personas son hablantes y expresan sus sentimientos y pensamientos a través del lenguaje. Cuando un hablante no encuentra la palabra adecuada, inventa una nueva. Así se forman los neologismos. Constantemente surgen nuevos conceptos que requieren nuevas palabras para nombrarlos. A veces los nombres nuevos se usan con otros antiguos que siguen existiendo. Por tanto, el número de palabras de una lengua no es constante, sino que suele ir en aumento. Una palabra se considerará neologismo mientras la sociedad la considere nueva. A la hora de definir las unidades nuevas, la lingüística moderna suele utilizar el término «innovación», que se emplea para referirse a los cambios e innovaciones en cualquier nivel del sistema lingüístico. Hay innovaciones morfémicas, de formación de palabras, léxicas, fraseológicas y gramaticales. La aparición de neologismos es directamente proporcional al desarrollo científico. No hay ciencia nueva sin neologismos. En Occidente ha existido durante mucho tiempo una tendencia a rechazar las palabras nuevas. Los lingüistas creían que los neologismos eran desviaciones de las normas de su lengua.

Desde un punto de vista teórico, la neología también se relaciona con otras áreas de estudio lingüístico, como la semántica, la lexicografía, la sociolingüística y la pragmática. En conjunto, estas disciplinas nos ayudan a entender cómo se utilizan

y desarrollan las palabras en una lengua, lo que nos permite comprender mejor la comunicación humana y su importancia en la sociedad.

1.1 El concepto de neologismo.

El neologismo es un término utilizado en lingüística para referirse a una palabra o expresión nueva, que no existía previamente en el léxico de un idioma. Es decir, es una palabra recién creada o adoptada dentro de una lengua, que se usa para designar un objeto, una idea, una acción o un concepto que antes no tenía una denominación específica.

Los neologismos pueden surgir por diversas razones, como la necesidad de nombrar nuevos objetos o conceptos, la incorporación de préstamos lingüísticos de otros idiomas, la creación de nuevas formas de comunicación, la evolución del lenguaje y la influencia de modas o tendencias culturales.

Es importante destacar que no todos los neologismos tienen la misma aceptación o uso dentro de una comunidad lingüística. Algunos pueden ser rápidamente adoptados y convertirse en parte del vocabulario común, mientras que otros pueden quedar limitados a ciertos grupos sociales o ser considerados como incorrectos o poco apropiados.

Los neologismos pueden surgir en respuesta a los avances tecnológicos, culturales o sociales, o pueden ser el resultado de la evolución natural del lenguaje. A menudo se utilizan para describir nuevas tecnologías, prácticas o ideas que no existían previamente.

Los neologismos pueden ser acuñados por individuos, grupos o instituciones, y su uso puede propagarse a través de la literatura, los medios de comunicación y las redes sociales.

Sin embargo, no todos los neologismos son ampliamente aceptados o adoptados por la sociedad en general. Algunos pueden caer en desuso rápidamente, mientras que otros pueden convertirse en parte del vocabulario común de un idioma.

La palabra «**neologismo**» tenía muchos significados antes de nacer. El término apareció en el siglo XVIII para referirse a los cambios en nuestra forma de expresarnos. También existe un término llamado neología. Y resultó estar olvidado hasta el siglo XXI. Porque en las distintas publicaciones de los diccionarios de la Real Academia Española, este término no existe.

El término neología no se registró hasta la última edición del diccionario, mientras que el término neologismo se registró a partir de la edición de 1843, y en el siglo XXI este término seguía olvidado. Y no fue hasta principios del siglo XXI cuando la Real Academia y el **Diccionario Actual de la Lengua Española (DALE)** registraron el término *neología*. [25]

En cuanto a la definición del término «*neologismo*», existe cierto desacuerdo entre los puntos de vista diacrónico y sincrónico. para observar las distintas acepciones que ha tenido desde su primera acepción en el **DRAE** hasta la actualidad. La evolución de la definición ha sido positiva, ya que se ha ido completando y corrigiendo a lo largo del tiempo hasta llegar a una definición más precisa. En la edición de 1843, encontramos la siguiente acepción: «*Vicio que consiste en introducir nuevas voces en un idioma*». [23] En este sentido, existe una especie de definición peyorativa del término. Sin embargo, esto se corrigió en la edición de 1869, adquiriendo un significado más parecido al que se nos ofrece hoy, pero con la aclaración: «*Vocablo o giro nuevo en una lengua*». [23] Esto significaba que el término se refería únicamente a aquellas palabras que no eran necesarias en el idioma. Por último, la edición de 1884 ofrece un análisis etimológico y el significado actual del término «*neologismo*». El vocablo griego *λόγος* (*lógos*); «*Vocablo o giro nuevo en una lengua. Uso de estos vocablos o giros nuevos*». No se modificó de esta edición a la de 1927, pero en la de 1936 se añadió el último matiz, que se conserva en el resto de acepciones hasta la actual: «*Vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua*». [23]

Los neologismos son ciertos usos, expresiones y palabras que no han existido tradicionalmente en una lengua, pero que se incorporan a ella por la necesidad de adaptarse a la realidad de sus hablantes. La palabra, como tal, se compone con el

prefijo *neo-*, que indica la cualidad de «nuevo»; el vocablo griego *λόγος* (*lógos*), que significa «*palabra*», y el sufijo *-ismo*. Es decir, son aquellas palabras nuevas que los hablantes van incorporando a la lengua a medida que surgen novedades y nuevas formas de hacer las cosas. Los neologismos surgen de la necesidad de denotar nuevas realidades, objetos o conceptos que en algún momento empiezan a formar parte del universo lingüístico de la lengua. Son todo lo contrario a los arcaísmos.

La aparición de neologismos es un proceso común y normal en todas las lenguas, obligadas a adaptarse y renovarse o desaparecer. Sin embargo, una palabra puede considerarse un neologismo dentro de un determinado plazo porque la palabra debe ser nueva. Los neologismos también pueden tener distintos orígenes.

El neologismo refleja el desarrollo dinámico de la sociedad, al tiempo que demuestra la capacidad de la lengua para ampliar los límites tradicionales de la formación de palabras. Para reflejar, reproducir e integrar nuevas ideas y conceptos, es especialmente necesario reestructurar la lengua y el vocabulario y añadir nuevos componentes. Sin embargo, la teoría de la neología española aún no ha surgido como campo independiente de la teoría léxica. Mientras tanto, cada año aparecen 800 palabras nuevas en español, más que en ninguna otra lengua del mundo. Como consecuencia, los investigadores se enfrentan al problema no sólo de registrar las nuevas palabras, sino también de investigarlas.

No cabe duda de que los neologismos son un signo del proceso creativo. Hasta el momento, no existe una decisión unánime sobre esta cuestión: cuál es el concepto de neologismo y cuáles son los criterios para incluir elementos específicos del vocabulario en los neologismos requiere un estudio más profundo. El análisis de la definición del concepto de «neologismo» por distintos investigadores revela diferentes puntos de vista, entre los que destaca la postura de que el término «neologismo» se aplica a las nuevas creaciones. En otras palabras, se trata de una nueva creación que corresponde plenamente al material de la lengua existente. Es un modelo de formación de palabras, una palabra o frase, conceptos, temas, disciplinas de la ciencia, la industria, la profesión nuevos, desconocidos hasta ahora, inexistentes. Está directamente relacionado con un neologismo, un sinónimo de

nueva creación de una palabra que ya existe en la lengua para denotar un concepto conocido, pero es un matiz de implicación, es decir, acompañamiento semántico y estilístico de la palabra, transmite connotaciones únicas y las impone al significado principal.

También se pueden encontrar muchos neologismos interesantes en ámbitos de la actividad humana como la educación, la ciencia, la economía, los movimientos feministas y el estudio de fenómenos paranormales. Por ejemplo, un nuevo grupo semántico son los neologismos relacionados con extraterrestres que visitan la Tierra desde el espacio exterior (OVNI - objeto volador desconocido).

1.2 Formas de formación de neologismos.

Todos los idiomas evolucionan, como el español, y cada uno de ellos debe añadir nuevas palabras para adaptarse a los cambios que se producen en el mundo de las lenguas. En primer lugar, cuando una lengua añade nuevas palabras, significa que está creciendo y evolucionando. Y antes de adentrarnos en el proceso de formación de cada palabra, es importante saber de dónde procede. La formación de palabras consiste en combinar diferentes significados. Y como dice Almela Pérez, catedrática de Español de la Universidad de Murcia: «La formación de palabras es una parcela lingüística con significado propio que no puede confundirse con otras, por mucho que se relacione con ellas». [1] Los principales factores de la aparición de neologismos son el progreso científico y tecnológico y la interacción con una cultura lingüística extranjera.

Los neologismos que hoy conocemos y que se han integrado en el español no aparecieron por casualidad, sino que siguieron una determinada metodología, es decir, fueron pensados para denotar una idea. Nosotros también podemos inventar nuestros propios neologismos o aprender cómo llegaron a nosotros y se integraron en nuestra lengua observando atentamente los siguientes pasos y recordando cómo las consonantes se convirtieron en diptongos en latín y luego en español.

Nacen los neologismos, que se definen como voces nuevas en la lengua o un nuevo término derivado de raíces griegas o latinas para describir una ciencia en una

sección, una actividad o descubrimiento, un fenómeno, un arte, y se incorpora al lenguaje de un momento determinado.

Dado que los griegos y los latinoamericanos son los padres de la cultura occidental, las lenguas modernas como el español, el latín, el portugués, el inglés, el alemán y otras utilizan palabras técnicas de origen griego y latino en la ciencia.

Los griegos, además de ser los iniciadores del pensamiento filosófico, también profundizaron en campos científicos como la medicina y la biología, destacando: Galeano, Hipócrates y Aristóteles.

La mayoría de las técnicas o características artísticas del lenguaje han surgido de los neologismos. Estas palabras tienen la propiedad de poseer un significado preciso y universal, y se utilizan en todas las ciencias y en todas las lenguas, lo que permite a un científico alemán utilizar el mismo término para describir lo que alguien que habla español.

Hay varias formas de formación de neologismos, que son palabras nuevas en un idioma. Algunas de las formas más comunes son:

Derivación: se crean nuevas palabras a partir de una palabra existente, generalmente mediante el añadido de prefijos o sufijos. Por ejemplo, "desamor" es una palabra derivada de "amor" mediante el prefijo «des-».

Composición: se combinan dos o más palabras existentes para crear una nueva. Por ejemplo, «videollamada» es una palabra compuesta de «video» y «llamada».

Acrónimos: se forman a partir de las iniciales o primeras letras de varias palabras. Por ejemplo, «OMS» es un acrónimo de la Organización Mundial de la Salud.

Siglas: similares a los acrónimos, pero se pronuncian letra por letra. Por ejemplo, "EE.UU." es una sigla de Estados Unidos.

Onomatopeya: se utilizan palabras que imitan los sonidos de algo para representar un objeto o una acción. Por ejemplo, "miau" es una onomatopeya para el sonido que hacen los gatos.

Calco semántico: se toma prestado un término de otro idioma y se traduce literalmente. Por ejemplo, «*teléfono móvil*» es un calco semántico del inglés «mobile phone». Estas son solo algunas de las formas en que se pueden formar neologismos.

En general, los neologismos surgen para satisfacer nuevas necesidades lingüísticas a medida que evoluciona la sociedad y la tecnología.

Los términos técnicos los utilizan los especialistas en ciencias y no son comunes a la gente. Las distintas ciencias utilizan términos diferentes que cualquier científico de otra cultura entiende porque proceden del griego y del latín.

Así, en el Renacimiento se descubrió el telescopio, y dos siglos después, los microscopios, cada uno en su momento bautizado por las actividades que se realizaban con ellos, el primero como sección para observar desde lejos, y el segundo como herramienta para ver pequeñas cosas invisibles a simple vista, y éstos fueron neologismos.

1.3 Factores que influyen en la formación de neologismos.

Los neologismos tienen su origen en diversos factores extralingüísticos e intralingüísticos. Para muchos investigadores, la principal razón de la aparición de nuevo vocabulario es la necesidad de dar una definición determinada de un nuevo concepto, fenómeno u objeto. El lexicólogo francés L. Guilbert nombra tres factores que determinan la formación de nuevos elementos léxicos: denominativos (la necesidad de denotar un nuevo tema), estilísticos (la necesidad de un lenguaje expresivo) y la presión del sistema lingüístico (la formación de palabras potenciales basadas en modelos existentes). [20 p. 9] También señala tendencias contradictorias: por un lado, existe un potencial creativo limitado en el lenguaje, ya que la gente utiliza *plantillas* en la comunicación cotidiana, y por otro, hay una tendencia a crear constantemente nuevas palabras y cambiar significados.

Los factores que contribuyen a la aparición de nuevas unidades (y de todo el sistema de formación de palabras en su conjunto) suelen incluir - factores extralingüísticos - el progreso científico, tecnológico y social, el aumento del flujo de

información y la necesidad de transmitirla en el menor tiempo posible; - factores lingüísticos: la tendencia a la economía lingüística y el deseo de analiticidad.

Existen varios factores que influyen en la formación de neologismos. Algunos de ellos son:

Cambios sociales: los cambios en la sociedad, como la adopción de nuevas tecnologías o el surgimiento de nuevas formas de vida, pueden crear la necesidad de nuevas palabras.

Cambios culturales: los cambios en la cultura y las artes también pueden generar la creación de nuevos términos.

Cambios lingüísticos: la evolución natural del lenguaje puede llevar a la creación de nuevas palabras para describir objetos o conceptos que antes no existían.

Influencias externas: la influencia de otros idiomas o dialectos puede llevar a la adopción de nuevas palabras o la creación de híbridos lingüísticos.

Necesidades comunicativas: la necesidad de una forma más precisa o específica de comunicar una idea puede llevar a la creación de nuevas palabras.

Modas lingüísticas: algunas palabras se hacen populares debido a modas y tendencias en el uso del lenguaje.

Innovaciones tecnológicas: las innovaciones tecnológicas, como los nuevos dispositivos electrónicos o las aplicaciones informáticas, pueden requerir la creación de nuevas palabras para describirlos.

En general, la formación de neologismos es un proceso natural y constante en la evolución de cualquier lengua.

El proceso de formación es uno de los rasgos característicos para la clasificación de los neologismos.

1.4 Clasificación de los neologismos según diferentes características

Los neologismos se clasifican en función de determinados criterios para su evaluación. Así, según el método de formación, los neologismos se dividen en léxicos y semánticos. Los neologismos del primer grupo se forman según modelos

productivos o se toman prestados de otras lenguas. Los neologismos semánticos surgen como resultado de asignar nuevos significados a palabras ya existentes.

Existen diferentes formas de clasificar los neologismos, según las características.

Según las condiciones de creación, los neologismos se dividen en anónimos (no asociados al nombre del autor) y de autor, que fueron introducidos en la lengua por un autor concreto. Entre los neologismos de autor, hay que distinguir los ocasionalismos - palabras cuya formación contradice las leyes de formación de palabras y son utilizadas por el autor sólo en el contexto dado como medio léxico de expresión artística. Los ocasionalismos no suelen estar muy extendidos y no se incluyen en el vocabulario de la lengua.

Las palabras nuevas se dividen en nominativas y estilísticas según su finalidad. Los neologismos nominativos nombran directamente conceptos, mientras que los estilísticos describen figurativamente objetos que ya tienen nombre. Los neologismos nominativos incluyen muchos términos muy especializados que no suelen tener sinónimos. El fenómeno de la sinonimia es típico de los neologismos estilísticos, que aportan una nueva valoración de un fenómeno conocido y reflejan la actitud subjetiva del hablante ante él.

La clasificación de los neologismos se basa en determinados criterios.

Según la forma en que se crean, los neologismos se dividen en léxicos y semánticos. Asimismo, según las condiciones de creación, los neologismos se dividen en anónimos y de autor. Según su finalidad, las palabras nuevas se dividen en nominativas y estilísticas. Los lexicólogos dividen los neologismos en sus propias clasificaciones.

Por su origen:

a) Neologismos culturales: son aquellos que surgen para denominar nuevos conceptos o realidades sociales, culturales o tecnológicas.

b) Neologismos léxicos: son aquellos que se crean a partir de la combinación de palabras existentes o mediante el acortamiento de palabras ya existentes.

c) Neologismos semánticos: son aquellos que cambian el significado original de una palabra.

Por su forma:

a) Neologismos por composición: se forman a partir de la unión de dos o más palabras independientes.

b) Neologismos por derivación: se crean a partir de la adición de un prefijo o sufijo a una palabra ya existente.

c) Neologismos por acortamiento: se forman a partir de la supresión de uno o varios elementos de una palabra.

Por su función:

a) Neologismos técnicos: son aquellos que se utilizan en un campo específico del conocimiento, como la medicina o la informática.

b) Neologismos jergales: son aquellos que se usan en grupos sociales concretos y que no suelen ser comprendidos por personas ajenas a ese grupo.

c) Neologismos literarios: son aquellos que se crean por necesidades expresivas en la literatura.

Louis Gilbert propone clasificar los neologismos según el modo en que se forman. Distingue los siguientes grupos de neologismos: fonológicos; préstamos; semánticos; sintácticos. A su vez, los neologismos sintácticos pueden dividirse en morfológicos (formación de palabras) y fraseológicos (combinaciones de frases). [20, p.15]

También existe una tipología que clasifica los neologismos. Incluye los siguientes tipos: internos y externos. Según esta clasificación, los neologismos internos constan de significado y forma. Por ejemplo, Alvar Ezquerro señala dos mecanismos importantes que forman unidades léxicas: la composición y la derivación. La composición significa que en la formación de un nuevo elemento léxico intervienen dos o más elementos léxicos que pueden aparecer fácilmente en la lengua. Y la derivación tiene un elemento llamado gramatical, que es irrelevante. No obstante, la mayoría de los lingüistas coinciden en que el mecanismo más productivo

para el español son los procesos por los que se añaden elementos lingüísticos, como sufijos, prefijos y otros. [3]

Los neologismos se forman mediante: sufijación, acrónimo, abreviatura, sigla, parasíntesis y composición. La prefijación es un fenómeno que consiste en la formación de palabras mediante prefijos vulgares que se anteponen a la raíz de la palabra. En la lengua española aparecieron prefijos como *maxi-*, *mini-*, *ultra-* procedentes del latín y algunos del griego, como *auto-*, *micro-*. Estos prefijos suelen coincidir con las preposiciones. Como resultado, aparecen los prefijos preposicionales. Un tipo distinto de formación de palabras en español es el tipo de prefijación en el que el prefijo tiene raíces latinas o griegas. Entre ellos se encuentran los prefijos *cardio-*, *macro-*, *mega-*, *socio-*, *tele-* y otros. El prefijo *auto-*, por ejemplo, tiene dos significados: o bien muestra que la acción va dirigida a la persona autocondenarse condenarse, autocuidado, denota automedicación.

La sufijación, según la definición de la **RAE (2014)**, es «*el proceso de formación de palabras por medio de sufijos*».[25] Los sufijos no pueden existir por sí solos como prefijos, ni pueden cambiar la categoría gramatical de la base léxica para formar clases específicas de palabras. el sufijo *-oso* se añade a base nominal para crear adjetivos, como en éxito - exitoso de manera que podemos concluir que los sufijos poseen mayor grado de especialización. Es importante tener en cuenta que un mismo sufijo puede añadir distintos significados y que un mismo significado puede expresarse a través de diferentes sufijos. Los sufijos **-ero/-o**, **-ista** se utilizan para designar a las personas que se dedican a una actividad concreta. Por ejemplo, *facebookero* es una persona que utiliza el sitio web Facebook. La creciente importancia de las tecnologías de la información ha contribuido a la aparición de los neologismos *googlear* para buscar información en el buscador Google.

Como resultado de la sintagmática, la combinación de palabras se convierte en un único concepto. Hay muchos neologismos de este tipo en el diccionario electrónico **NEOMA**. El neologismo *Fila cero*, por ejemplo, se traduce como *fila cero*, pero en realidad tiene un significado diferente. En concreto, describe a una persona que quiere financiar un evento, pero no quiere estar allí. Gracias a la

sintagmática, se han formado muchos neologismos relacionados con el turismo. Los dos tipos principales de turismo son turismo activo ocio activo y turismo de sol y playa ocio de playa. [24]

Según la clasificación de Cabre (2006), existen los siguientes tipos de neologismos:

Por composición culta (FCULT): este neologismo está formado a partir uno de los siguientes procesos:

- el neologismo está compuesto por una forma prefijada culta y un radical. Ejemplo: *autoexigencia, fotoperiodismo*.
- el neologismo consiste en una forma prefijada culta y una forma sufijada culta. Ejemplo : *megápolis*.

Por acronimia (FTACR): neologismos formados por la combinación de segmentos de palabras que forman una estructura sintagmática. Ejemplo: *cubanigles* (*cubano* y *ingles*).

Por abreviación (FTABR): este neologismo está formado por el acortamiento de una palabra o de un sintagma. Ejemplo: *prota* (*protagonista*).

Por prefijación (FPRE): estos neologismos están formados a partir de la adición de un prefijo explícito a un radical. Ejemplo : *bien-*, *casi-*, *menos-*, *no-*, *mal-*.

Por sintagmación (FSINT): neologismos formados por una estructura sintáctica lexicalizada. Ejemplo: *trabajadora social*. [4, p. 229]

Conclusiones del parte 1

Toda lengua está en constante cambio y dinamismo, y su componente más dinámico es el vocabulario. El vocabulario, como capa más móvil de la lengua, es el más sensible a todos los cambios que se producen en el ámbito social, cultural y demás esferas de la vida del hablante del colectivo, porque la propia palabra es un «espejo de la vida». El proceso de actualización del léxico es continuo, pero hay momentos en que es especialmente intenso. La segunda mitad del siglo XX fue uno de esos periodos en la historia del vocabulario, cuando se produjeron cambios

radicales en Europa: cambiaron las condiciones políticas de vida de los hablantes nativos, la economía progresó notablemente y mejoró el sistema social.

Puedo concluir que, a pesar de que los lingüistas de la época no trataban muy bien el fenómeno de la neologización de la lengua. Creían que «arruinaba» la lengua. Pero los neologismos son una necesidad inevitable, un proceso histórico para satisfacer las necesidades de la sociedad en cada etapa del desarrollo de la comunicación y, en principio, para enriquecer la lengua. También se cree que la lengua puede perder su significado por el hecho de que aparezcan muchos neologismos, pero se trata de cambios lingüísticos y son inevitables. Pero hay otra opinión sobre los neologismos. Por ejemplo, se cree que los neologismos, por el contrario, diversifican la lengua y podemos decir que los neologismos hacen que la lengua esté viva.

En conclusión, se puede señalar que la relevancia de los neologismos es impresionante. Los neologismos aparecen casi todos los días y cada vez hay más, el lenguaje se enriquece.

CAPITULO 2.

ETAPAS DE FORMACIÓN Y FORMAS DE CREACIÓN DE NEOLOGISMOS

En el capítulo anterior se explicaba que el sistema de palabras se forma de distintas maneras. Muchos neologismos se forman a partir del vocabulario de la propia lengua. Y, como ya se ha dicho, hay neologismos internos y externos. Es decir, los neologismos que se forman a partir de la lengua española y los que se toman de otras lenguas.

Las etapas de formación de neologismos son varias, y pueden variar dependiendo del contexto en el que se utilicen. A continuación, te presento algunas de las formas más comunes de crear neologismos:

a) **Combinación:** se trata de combinar dos o más palabras ya existentes para crear una nueva palabra. Por ejemplo, la palabra *teletrabajo*, que se forma a partir de la combinación de *tele* (que significa «a distancia») y *trabajo*.

b) **Acortamiento:** consiste en acortar una palabra ya existente para crear una nueva. Por ejemplo, *profe* en lugar de *profesor* o *infoxicación* en lugar de (*sobrecarga de información*).

Los neologismos son creados para llenar un vacío en el lenguaje y expresar nuevas ideas o conceptos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que no todos los neologismos tienen éxito y algunos pueden caer en desuso rápidamente.

El ritmo de vida es rápido y la sociedad ha ideado un principio que reduce el uso del lenguaje. Y este principio es la abreviación, o lo que es lo mismo, la reducción. Este método acorta las palabras o frases y aparecen las abreviaturas. Las abreviaturas se dividen en las llamadas siglas y abreviaturas iniciales.

Por ejemplo, la palabra **netnorgáfico**, parte (**net**) se toma de la palabra **Internet**, y el resto es de **etnográfico** y es un acrónimo. El acrónimo es un adjetivo y se traduce para referirse al estudio de cuestiones relacionadas con el uso de Internet entre determinados grupos sociales. Otro ejemplo de acrónimo es la palabra *apartahotel*. Esta palabra se forma a partir de las palabras *apartamento* y *hotel* y

significa complejo hotelero que consta de apartamentos y presta servicios hoteleros. Un dato interesante es que el diccionario **VOX** publicado por la **Real Academia Española** tiene dos versiones de este neologismo: apartotel y aparhotel, y las dos versiones conservan dos sintagmas.

Una abreviatura inicial es un tipo de abreviatura que utiliza las letras iniciales de la palabra o frase inicial para formarla. Esta abreviatura se considera el neologismo *FIFA* y significa *Federación Internacional de Fútbol Asociado*. [25]

2.1 La historia y las tendencias actuales en la formación de neologismos

Los neologismos son un fenómeno moderno. Y estos fenómenos forman parte de la cultura y la comunicación modernas. También existe un fenómeno llamado neologización. La neologización es un proceso natural y es una tendencia de los neologismos. Por tanto, los neologismos pueden dividirse en los siguientes tipos: **transitivos, variables y absolutos**.

Los neologismos transitivos también se denominan temporales. Existen durante un cierto periodo de tiempo y luego se derivan de ellos unidades periféricas. Por ejemplo, *Barbie* (es una muñeca, una marca de juguetes).

Los neologismos variantes son aquellos que cambian su forma gráfica sin cambios semánticos pero adquieren un nuevo significado. Por ejemplo, *asiático/asiática*.

Los neologismos absolutos son nombres **políticos, geográficos y estatales**.

Si nos fijamos en las tendencias de los neologismos, hay muchas. Por ejemplo, la migración interterminológica de palabras. Esta tendencia significa que las palabras proceden de otras lenguas. Por ejemplo, *sinopsis* procede del griego y se utiliza en historia o la segunda acepción de este lexema: resumen de artículos de distintos autores sobre un tema concreto.

Hay neologismos para profesiones *patilla* (persona que se encarga de los banners y su colocación), *hr-manager* (persona que busca gente para cubrir la

plantilla), *content maker* (persona que se dedica al diseño de un perfil personal, hace una foto, un visual en redes sociales, por ejemplo, Instagram).

Otra tendencia de los neologismos es el **calco**. Se trata de una forma rápida de actualizar el vocabulario en la llamada lengua receptora (el objeto de la comunicación, que permanece anónimo para el comunicador). Por ejemplo, *ringtone* del inglés (música de teléfono móvil).

Actualización de grupos semánticos con nelexemas, por ejemplo: nickname del inglés (nombre, apodo que una persona pone en su red social).

2.2 Análisis de los neologismos en el habla moderna

Los neologismos son palabras nuevas que se crean en un idioma, generalmente para reflejar nuevos conceptos, tecnología, tendencias o modas. En el habla moderna, los neologismos son cada vez más comunes debido a la rápida evolución de la tecnología y la cultura.

Entre los neologismos más frecuentes en el habla moderna se encuentran aquellos relacionados con el mundo de la tecnología, como *tweet*, *selfie*, *hashtag*, *smartphone* o *app*. Además, también hay muchos neologismos relacionados con las redes sociales, como *like*, *follower*, *influencer*, *streamer* o *youtuber*.

Otro grupo de neologismos en el habla moderna está relacionado con la inclusión social y el lenguaje inclusivo, como *elle*, *elles*, *latinx*, *amigues* o *todxs*. Estas palabras buscan ser más inclusivas y no sexistas, y son utilizadas por personas que quieren evitar utilizar un lenguaje sexista que pueda excluir a algunos grupos.

Por último, también hay neologismos relacionados con la moda y la cultura, como *hipster*, *foodie*, *friki* o *chic*. Estas palabras suelen utilizarse para describir ciertos estilos de vida o gustos, y se han popularizado en los últimos años gracias a la difusión a través de las redes sociales y los medios de comunicación.

En la España moderna, algunos cambios lingüísticos se han visto influidos por los cambios socioculturales fundamentales que se produjeron en el país tras el régimen totalitario y cuando España se incorporó a la UE.

Cada generación joven tiene palabras nuevas y la vieja generación que precedió a la joven, sus padres y abuelos, se sorprenden por estas nuevas palabras. Pero, como ya se ha dicho, este fenómeno es parte integrante de la sociedad. La mayoría de las palabras proceden del inglés, por supuesto, pero el español tiene su propio argot.

Por ejemplo, en España, en la calle o en algunos cafés, se puede oír la frase «*Oye, tío, ¿tú sabes quién es?*», tío significa literalmente en ucraniano *дядько*, pero en argot significa: «*Слухай чувак, ти його знаєш?*». También existen neologismos del argot español como *viejo/vieja*, que literalmente significa *gente mayor*, pero existe otro significado de estas palabras cuando se utilizan en un formato coloquial: *padre y madre*. Por ejemplo: «*¿Hablaste con mi vieja?*».

También existen palabras como *guay, super*, que se crean para expresar emociones. En el argot español, se representan como: *mola, como mola* (muy guay), *chulo*.

En toda jerga no faltan las llamadas «**palabras parásitas**», como la palabra «*дідько*» en ucraniano, que traducida al español sonaría como *joder*. Por ejemplo: «*Joder, he perdido la llave*» - *Дідько, я загубила ключі* en ucraniano.

Hay que tener en cuenta que las unidades del argot español son sólo españolas, utilizadas en general por los españoles. En América Latina también hay muchas jergas juveniles y su uso es específico de un país concreto o de determinados países.

Existe la *jerga*. Y este fenómeno incluye el argot y la jerga, por supuesto. En España, al igual que en Ucrania, un gran número de neologismos de argot han entrado no sólo en el lenguaje, sino también en Internet y en los medios de comunicación. De hecho, es difícil distinguir la jerga de la jerga juvenil y de la simple conversación.

Por supuesto, hay algunas distinciones, los jóvenes quieren hablar su propia lengua, moderna. A los jóvenes no les interesa hablar ahora una «*buena lengua*». La lengua de los jóvenes españoles es una especie de lengua codificada. En la lingüística española se utilizan varios términos para describir este fenómeno: **jerga** y **argot**, que

son sinónimos equivalentes, aunque algunos autores utilizan el término jerga para referirse a un entorno delictivo.

El término argot ha adquirido un significado más amplio, concretamente como palabra internacional.

La jerga común es la interacción de las jergas de distintos grupos sociales. Este fenómeno es característico de las grandes ciudades, porque en los pueblos pequeños la jerga no está muy desarrollada y sólo se observa un pequeño grado de intercambio.

Todos estos tipos de culturas lingüísticas, que en la sociedad abarcan muchas esferas de la vida social, incluida la ficción.

Los autores señalan que en el lenguaje de la jerga se produce la llamada «oliterar» de las jergas. Trascienden el grupo social y se convierten en unidades léxicas generalmente aceptadas y más comprensibles. Y debido a ello, nuevos medios se incorporan a la literatura.

En general, a los jóvenes españoles, como a todos los jóvenes del mundo, les encanta todo lo nuevo y poco convencional. La libertad lingüística se ha acentuado, los jóvenes y no sólo los jóvenes usan palabrotas, y las palabrotas también pueden considerarse neologismos, porque son novedades. Ya no existe un lenguaje cultural como tal. Hoy en día, los neologismos son indispensables en la comunicación moderna.

En la actualidad, son muchos los grupos sociales que se forman en las redes sociales a partir de un conjunto de afinidades que quieren tener en común. El lenguaje que utilizan crea códigos de interacción social, ya que da a conocer ideas que primero se forman en la mente y luego se expresan con palabras. Con la aparición de tantos grupos sociales con características distintivas, es frecuente encontrar nuevos neologismos.

Es importante subrayar que muchos elementos del vocabulario obsceno no suenan tan groseros a los españoles como a los ucranianos. Los españoles, sobre todo los jóvenes, utilizan un vocabulario expresivo. Por ejemplo: *canta mañanas (tonto)*, *pichaúvas (barriobajero)*. Estas palabras las utilizan los jóvenes. Existe una jerga

propia de los alumnos o estudiantes. Utilizan nombres de objetos reelaborados, que pueden considerarse una burla, por ejemplo: *la historia-histeria*.

La jerga juvenil también utiliza palabras acortadas a partir de la palabra original. Por ejemplo: *profe (profesor), peli (película), porfi (porfavor)*. Este uso del léxico les confiere cierta expresividad.

El argot español también incluye la fraseología y es parte integrante del lenguaje juvenil. Son bastantes y sus peculiaridades requieren un estudio especial.

Muchas frases del argot español tienen un significado negativo. Un gran número de unidades fraseológicas están asociadas a partes del cuerpo humano. Por ejemplo, muchas frases contienen la palabra «cabeza». Y normalmente, cuando la gente dice «*estar mal de la cabeza*», significa perder la razón o ser imprudente. Muy a menudo, en lugar de la palabra «cabeza» funcionan lexemas sinónimos: «*ola*» en ucraniano significa «*зорщик*» y «*azotea*» significa «*дах*». En general, la unidad léxica «cabeza» tiene más de una serie de sinónimos, hasta tres.

La primera gama sinonímica contiene una valoración de una persona, concretamente negativa. Los fraseologismos con la palabra «cabeza» pueden contener significados como: *дурень* або *дуб-дубом*. Por ejemplo: «*tener la cabeza cuadrada*», «*cabeza de alcornoque*».

El segundo rango de sinónimos puede significar algo así como «*быти божевільним*» або «*зійти з розуму*». Por ejemplo: «*irse de la ola*», «*no estar bien de la azotea*».

La tercera serie sinonímica no contiene ningún significado negativo. Puede significar «escondarse profundamente» o, como se suele decir, «*caer de cabeza*». Por ejemplo: «*perder la cabeza*».

También hay muchas frases de argot con la palabra «cara» traducida al ucraniano como «*обличчя*». Los sinónimos de este lexema incluyen morro, jeta. Y esta fraseología de argot también contiene series de sinónimos.

El primer sinónimo de estas frases significa «*на халеву*», y en español significaría «*porlacara*», «*porlajeta*».

Y la segunda gama de sinónimos significa «desvergonzado» o "persona que no tiene conciencia": *tenercara, tenerjeta*.

Hoy en día, el argot y la jerga han cobrado relevancia e incluso han aparecido diccionarios especiales. Aparecieron porque estos neologismos eran los que causaban problemas para definir su significado y ortografía. Así que, en general, podemos decir que existen diferencias en las distintas variantes del español, concretamente en el argot juvenil. Por supuesto, el argot juvenil, el lenguaje de los jóvenes, es decir, el vocabulario argótico, es más pobre que el «buen» lenguaje literario. Pero hoy en día, el argot es parte integrante de la comunicación moderna de los españoles y de los jóvenes en general.

Y en conclusión, los neologismos en el habla moderna son cada vez más frecuentes debido a la rápida evolución de la tecnología, la cultura y la sociedad en general. Estos términos pueden ayudar a reflejar nuevos conceptos y tendencias, pero también pueden ser motivo de controversia y debate en algunos casos.

2.3 El papel de los medios de comunicación en la formación de neologismos

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la formación de neologismos. En primer lugar, los neologismos pueden surgir cuando los periodistas necesitan describir nuevas ideas, tecnologías o tendencias para las cuales no existen términos establecidos. En estos casos, los periodistas pueden inventar nuevos términos o adoptar palabras ya existentes y darles nuevos significados.

Además, los medios de comunicación tienen una gran influencia sobre el lenguaje popular, especialmente a través de la televisión y las redes sociales. Los presentadores de noticias, los actores y otros personajes públicos pueden popularizar ciertos términos y hacer que se conviertan en parte del vocabulario común.

Por otro lado, los neologismos también pueden surgir como resultado de la evolución natural del lenguaje, y los medios de comunicación pueden reflejar estos cambios lingüísticos en sus contenidos.

El sistema léxico de los medios de comunicación de masas es el sistema más dinámico de la lengua moderna. Es bien sabido que en el ámbito de los medios de comunicación los procesos que caracterizan la vida misma del organismo de la lengua son más diversos y se manifiestan con más fuerza; las innovaciones se concentran más aquí. Y esto es natural, porque una de las principales funciones de los medios de comunicación de masas es la informatividad y la novedad.

Los medios de comunicación son una de las influencias más importantes en la sociedad. Llegan a un público muy amplio. Por lo tanto, se puede afirmar que los neologismos en los medios de comunicación son muy importantes ahora.

La publicidad evoluciona junto con los neologismos. La industria publicitaria está desarrollando su propio lenguaje publicitario, que también tiene una gran influencia en la sociedad. El lenguaje de la publicidad son eslóganes, lemas y frases de los personajes de un vídeo publicitario.

Los neologismos han cobrado fuerza a partir de 1970 porque *«el rápido progreso de la ciencia y la tecnología, que conlleva la creación de numerosas necesidades nominales tanto para denotar las novedades como para difundirlas»*. [14] exigía la creación de nuevas palabras que sirvieran para expresar las ideas con claridad. Y por ello, los medios de comunicación establecen una importante implicación en el lenguaje, dando lugar a los neologismos. Su carácter influyente hace que las personas se apropien de nuevas palabras, ya que los consumidores de los medios son receptivos a la aparición de nuevos elementos que tienen su origen en Internet. Y cuanta más información, más neologismos. Como consecuencia de esta gran cantidad de información que se genera, *«los periódicos se consideran ahora la principal fuente para identificar neologismos»*. [11]

La integración de los medios sociales y los *«neologismos cumple la función de nominar nuevas realidades»*. [19, p. 39] Esto significa que los nuevos recursos y plataformas han difundido el acervo de neologismos de los medios sociales.

Muchas personas utilizan neologismos de la política. Son los medios de comunicación y la política los que tienen una conexión muy estrecha para crear nuevas palabras.

«Los medios de comunicación se han transformado en mediadores ineludibles para el discurso político. La contaminación entre ambos discursos es bidireccional, pero parece que el lenguaje político es el que ejerce mayor dominio, puesto que suele actuar como representación de comportamiento lingüístico. Y es que el lenguaje periodístico se ha contagiado de un mal discurso político que se caracteriza por ser pomposo, vacío e incorrecto.» [14]

En el estudio de Estaban (2008) sobre el uso de neologismos en El País y Sur, se constató que muchas de las nuevas formaciones de palabras utilizadas por los periodistas eran simplemente expresivas.

«La necesidad de expresarse de una manera culta y el afán por hallar un término distintivo que proporcione dignidad, distinción y apariencia culta se mezclan en el lenguaje periodístico. Por ello, la aparición de neologismos innecesarios se debe en muchas ocasiones a la expresividad que necesita manifestar el hablante, sea del tipo que sea (prestigio, estatus social, esnobismo o neologismos de tipo estilístico)». [14]

Una de las formas de formación de palabras en la prensa española es la metonimia, que es el proceso de transferir un significado a otro objeto. Podemos decir que la metonimia es un recurso estilístico. Esta técnica se caracteriza por su originalidad y espontaneidad.

En el caso de la transferencia metonímica de elementos léxicos, lo más frecuente es que los significados alterados se basen en vínculos asociativos que surgen cuando la institución y los funcionarios que la dirigen se nombran con la misma palabra.

Como ya se ha dicho, la industria publicitaria está formando su propio lenguaje publicitario, que consiste en una variedad de eslóganes o frases de los personajes de un anuncio.

Por ejemplo, *«¡Red Bull te da alas!»*, aquí podemos considerar este eslogan un neologismo porque *da alas* es una metáfora. Es decir, en sentido figurado, significará *da energía*. Y como usted sabe, la metáfora es una clasificación de los neologismos.

Esta expresión ha adquirido un significado completamente distinto gracias a la publicidad.

Internet también se considera un medio de comunicación de masas. Y se considera el mayor medio de masas porque ahora absolutamente todo el mundo se comunica, lee, mira, y todo esto es gracias a Internet. En Internet han aparecido muchos neologismos. La razón es que los jóvenes se comunican, y existe un neologismo como «chatear», y esta es la razón por la que aparecen los neologismos.

Un estudio realizado en Medellín sobre los neologismos que utilizan los jóvenes en su lenguaje hablado mostró que el léxico de los jóvenes es central; asimismo, *«los medios de comunicación introducen una serie de nuevos temas dominados por la imagen de la juventud, lo que ha establecido una brecha significativa en diferentes niveles sociales»*. [5]

Las redes sociales han permitido que los neologismos tecnológicos adquieran relevancia en las conversaciones que mantenemos a diario, ya sea a través de plataformas web o cara a cara. Cabe señalar que el desarrollo de las redes ha hecho que la gente se apropie rápidamente de los neologismos, de modo que algunos de ellos ya están incluidos en los diccionarios.

En general, los medios de comunicación son un canal importante para la difusión y creación de neologismos, aunque el origen y la adopción de nuevos términos puede depender de muchos factores diferentes.

2.4 La influencia de la comunicación por Internet en la formación de neologismos

La comunicación por Internet ha tenido una gran influencia en la formación de neologismos. Un neologismo es una nueva palabra o expresión que se crea y se utiliza en un idioma determinado. Estas nuevas palabras pueden surgir por diversas razones, como la necesidad de expresar conceptos nuevos o la adaptación de lenguajes extranjeros.

En el caso de Internet, la rapidez con la que se propagan las ideas y la facilidad para comunicarse con personas de todo el mundo ha dado lugar a una explosión de

neologismos en diferentes idiomas. La aparición de nuevas tecnologías, aplicaciones y servicios en línea ha generado la necesidad de crear términos específicos para describirlos.

Algunos ejemplos de neologismos generados por la comunicación por Internet son : *tweet*, *hashtag*, *emoji* o *meme*. Estas palabras no existían antes de la era digital y han sido creadas para expresar conceptos que son propios de la cultura de Internet.

Además, la comunicación en línea también ha fomentado la creación de abreviaturas y acrónimos, especialmente en los mensajes de texto y en las redes sociales. Palabras como *lol* (*laugh out loud*) o *brb* (*be right back*) son ejemplos de cómo la comunicación por Internet ha influido en la forma en que nos comunicamos y en la creación de nuevos términos.

Los avances tecnológicos y los fenómenos sociales informáticos han propiciado la creación de nuevas palabras, que poco a poco hemos ido aprendiendo (y adaptando) a nuestra vida cotidiana.

Las nuevas tecnologías hacen que la comunicación, tanto en términos de producción como de recepción, sea cada vez más accesible a más personas y abarque zonas cada vez más extensas, con la eliminación o reducción de las limitaciones espaciales y temporales de la comunicación.

Gracias a estas nuevas tecnologías, ahora tenemos acceso a grandes almacenes de información oral y escrita, lo que está cambiando radicalmente nuestro enfoque del lenguaje.

Esto nos brinda un nuevo panorama, pues se crean nuevos acercamientos hacia la lingüística. Hablamos, entonces, de una base que puede estar hasta cierto punto computarizada u orientada a ello, pero en lo que no se tiene lugar a discusión, es que debe estar validada por los datos.

Hablando un poco de lexicología, Evans y Givón mencionan que *«la lingüística moderna considera que el significado léxico es complejo, dinámico y, por tanto, no puede definirse mediante categorías absolutas. La razón principal es que depende tanto de la palabra como del contexto en el que aparece»*. [2, p. 14]

Asimismo, se consideró necesario, en palabras de los autores mencionados hace un momento, «*delimitar los factores relevantes para la definición de este contexto es una misión aún más difícil que la anterior, ya que se trata de constructos creados a partir de las percepciones subjetivas de los interlocutores*». [2, p. 16]

La transformación de la magnitud de la experiencia en la transición a la llamada *sociedad de la información* [21] o *sociedad red* [9] conlleva inevitablemente una importante producción de neologismos. Su aparición fue percibida negativamente por el mundo cultural.

Un buen ejemplo es la preocupación de los británicos cuando, en el Festival de Cine de Londres de 2011, declararon sin matices que Twitter era perjudicial para el idioma. No es una crítica del todo original: siempre se ha mirado con recelo la forma de hablar y escribir de las nuevas generaciones. El actor no dudó en afirmar que Twitter provoca que los jóvenes tengan dificultades para entender palabras de más de dos sílabas. Hizo esta afirmación en la presentación de la película *Coriolanus*, de Shakespeare, lo que deja claro el tipo de obras lingüísticas que se estaban comparando. La apasionada defensa de la lengua española de Alex Grijelmo (1998) es un buen ejemplo de cómo esta visión se adereza en nuestro territorio con el rechazo de los términos ingleses. En su caso, se acusa a los informáticos de empobrecer la lengua de Cervantes por su uso indiscriminado del inglés.

La reacción contra los neologismos tecnológicos pertenece a lo que Kirsten Drotner ha denominado «*pánico mediático*», una actitud contra los nuevos medios en la que «*los ordenadores en general, los juegos e Internet en particular, sirven como metáforas mentales para discutir los problemas sociales de los mayores*». [8] Según este investigador, se demonizan las nuevas tecnologías.

Esta actitud negativa hacia las nuevas formas de comunicar contrasta con el optimismo imperante ante la innovación tecnológica. Este último se está volviendo irracional, como podemos comprobar leyendo las presentaciones de cada nuevo modelo de las marcas dominantes del mercado en cualquier medio de comunicación.

Los neologismos tecnológicos, por su intensa incorporación a nuestro lenguaje y a nuestras vidas, son un objeto de estudio privilegiado para analizar aspectos

discursivos que pueden ayudarnos a comprender mejor cómo afectan las innovaciones electrónicas (y la nueva terminología que traen consigo) a nuestras sociedades. más allá de las lecturas superficiales, optimistas o catastrofistas a las que estamos acostumbrados.

Las redes sociales se definen como «lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceros, conocidos y completos desconocidos». [22, p. 21] Según Sanz (2003), el análisis de redes describe y estudia las estructuras relacionales que surgen cuando los individuos interactúan, se comunican, acuerdan, cooperan, etc. en procesos y transacciones de carácter bilateral o multilateral. Así, el resultado de la interconexión es la existencia de una red social. Por ello, este autor sostiene que las redes sociales pueden definirse como un conjunto de relaciones colectivas o interpersonales que conectan a individuos o a grandes organizaciones.

Con la pandemia de COVID-19, la comunicación entre las personas a través de los medios sociales ha aumentado considerablemente, ya que la interacción física se ha reducido completamente debido a las restricciones.

En la actualidad, y gracias al desarrollo y perfeccionamiento de Internet, se difunde más información periodística a través de este medio, que es uno de los principales métodos utilizados por los medios de comunicación para difundir noticias en un mundo cada vez más globalizado, como señalan Fernández y Valiente (2020):

En particular, las redes sociales han funcionado como canales para desmentir a las autoridades, contradecir o cuestionar expertos, y acrecentar una sensación de alarma en la comunidad. La constante transmisión de conceptos complejos y altamente técnicos (tales como *aplanar la curva*, *distancia social*, *uso correcto de mascarillas*, *carga viral*, *falso negativo entre otros*), sumado a un tono muchas veces alarmista o destructivo, se alejan de las buenas prácticas de la comunicación de riesgo en salud. [15, p. 560]

Existen varias plataformas en las que se puede intercambiar información, siendo Twitter una de las más populares. El mismo sitio web define esta plataforma como un servicio que permite a amigos, familiares y colegas comunicarse y

mantenerse en contacto a través de mensajes rápidos y frecuentes. Los usuarios de esta plataforma publican tweets que pueden incluir fotos, vídeos, enlaces y texto.

González (2018) sostiene que Twitter ha sido utilizado como base de datos de análisis para diversas investigaciones debido a la naturaleza de la plataforma, la cual está más enfocada a elementos lingüísticos que audiovisuales. De esta manera, los usuarios la consideran como un espacio en el cual pueden comunicarse, expresarse, dar alguna opinión, o simplemente traspasar información. [17]

Del mismo modo, sostienen que los medios sociales como Twitter son en la actualidad nuevas fuentes de información porque crean un sistema en el que los usuarios crean flujos de información con el objetivo de lograr una difusión masiva de esta a través de internet. Al igual que Pérez Fernández (2021), quien considera que Twitter es una herramienta adecuada para realizar investigaciones lingüísticas porque permite acceder a un corpus sobre un tema concreto, en caracteres pequeños y organizados, de naturaleza más textual que visual. [21, p. 821]

Además de Twitter, hay muchos otros mensajeros en los que la gente se comunica entre sí. En el mundo de los mensajes de texto y los chats en línea se utilizan abreviaturas. Algunos llaman a este lenguaje jerga de Internet, porque muchas abreviaturas se utilizan sobre todo en conversaciones coloquiales o en determinados grupos de las redes sociales. Por lo general, solo los jóvenes menores de 30 años utilizan este tipo de jerga de internet.

Algunas de estas abreviaturas se utilizan habitualmente en estos sistemas, mientras que otras se abrevian específicamente según determinadas pautas; por ejemplo, el número 2 puede representar el texto *dos* en *salu2*.

Acortar palabras no es nada nuevo. Las abreviaturas se utilizan desde hace mucho tiempo. En la mayoría de los casos, consisten en las primeras letras de palabras abreviadas o combinaciones de partes de palabras.

En el argot de Internet se utilizan las siguientes abreviaturas: *asc* - *al salir de clase*, *xo* - *pero*, *esk* - *es que*, *fvr* - *favour*, *msj* - *mensaje*, *to2* - *todos*, *nls* - *no lo sé*.

Aunque los acrónimos nunca han alcanzado en español el nivel de popularidad que tienen en otros idiomas, hoy en día estos elementos son básicos en muchas

formas de comunicación, llámese jerga de Internet, siglas de WhatsApp o jerga de chat o mensajería. En el ámbito de los videojuegos, también se habla de jerga gamer. Y como se sabe, los jóvenes juegan mucho.

Conclusiones del parte 2

Los neologismos son un fenómeno moderno. Y estos fenómenos forman parte de la cultura y la comunicación modernas. También existe un fenómeno llamado neologización. La neologización es un proceso natural y es una tendencia de los neologismos.

Hay muchas tendencias en los neologismos. Por ejemplo, la migración interterminológica de palabras. Esta tendencia consiste en que las palabras se trasladan de otras lenguas. Otra tendencia en neologismos es el calco. Es una forma rápida de actualizar el vocabulario.

Los neologismos en el habla moderna son cada vez más frecuentes debido a la rápida evolución de la tecnología, la cultura y la sociedad en general. Estos términos pueden ayudar a reflejar nuevos conceptos y tendencias, pero también pueden ser motivo de controversia y debate en algunos casos.

En la España moderna, ciertos cambios lingüísticos se han visto influidos por los cambios socioculturales fundamentales que se han producido en el país tras el régimen totalitario.

Resulta que los jóvenes utilizan neologismos con más frecuencia. Y gracias a las nuevas generaciones, la lengua evoluciona y surgen nuevas palabras. Y como ha demostrado el estudio, este fenómeno forma parte integrante de la sociedad.

Gracias a la generación más joven, ha surgido el fenómeno de la jerga, que ahora es muy popular.

A los jóvenes españoles, como a todos los jóvenes del mundo, les encanta todo lo nuevo y poco convencional. La libertad lingüística se ha acentuado, los jóvenes y no sólo los jóvenes usan palabrotas, y las palabrotas también pueden considerarse

neologismos, porque son novedades. Ya no existe un lenguaje cultural como tal. Hoy en día, los neologismos son indispensables en la comunicación moderna.

Es importante destacar que gran parte del léxico obscuro actual son neologismos para los españoles, que es lo que se considera vocabulario expresivo.

Hoy en día, el argot y la jerga han cobrado relevancia e incluso han aparecido diccionarios especiales. Aparecieron porque estos neologismos tenían problemas para definir su significado y ortografía.

Los neologismos también aparecen con frecuencia en los medios de comunicación. Los medios de comunicación son los más diversos y manifiestan con fuerza los procesos que caracterizan la vida misma del organismo lingüístico; aquí se concentran más las innovaciones.

Primero, los medios de comunicación son la publicidad, Internet, la prensa y la televisión. La industria publicitaria forma su propio lenguaje publicitario, que también tiene una gran influencia en la sociedad. Y como ya he dicho, la publicidad contiene un número importante de neologismos.

Internet también se considera un medio de comunicación de masas. Y se considera el mayor medio de masas porque ahora absolutamente todo el mundo se comunica, lee, mira, y todo esto es gracias a Internet. Muchos neologismos aparecieron en Internet. La razón es que la gente chatea y puede inventar un neologismo.

Las redes sociales han permitido que los neologismos tecnológicos adquieran relevancia en las conversaciones que mantenemos a diario.

Los avances tecnológicos y los fenómenos sociales informáticos han propiciado la creación de nuevas palabras, que poco a poco hemos ido aprendiendo (y adaptando) a nuestra vida cotidiana.

Gracias a estas nuevas tecnologías, ahora tenemos acceso a grandes almacenes de información oral y escrita, lo que está cambiando radicalmente nuestro enfoque del lenguaje.

CONCLUSIONES GENERALES

Del estudio del papel de los neologismos en el lenguaje se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- a) Los neologismos son palabras y términos nuevos que aparecen en la lengua para describir conceptos, tecnologías y otros fenómenos nuevos.
- b) La creación de neologismos puede hacerse componiendo palabras nuevas, tomando prestadas palabras de otras lenguas o creando palabras nuevas a partir de cero.
- c) Los neologismos amplían el acervo léxico de una lengua, permiten transmitir nuevos significados y hacen más eficaz la comunicación.

Sin embargo, la incompreensión, la confusión y el uso excesivo de neologismos pueden provocar problemas de comprensión de textos o de expresión oral.

Los neologismos desempeñan un papel importante en el desarrollo de la lengua y reflejan los cambios de la sociedad y la cultura.

Los neologismos son nuevas palabras, términos y expresiones que aparecen en la lengua para describir nuevos conceptos, concepciones, tecnologías y otros fenómenos. El aspecto histórico de los neologismos está relacionado con su origen y sus cambios de significado a lo largo del tiempo.

En el latín medieval, había muchos neologismos creados a partir de la composición de palabras nuevas, tomando prestadas palabras del griego y el árabe, o creando palabras nuevas desde cero. Por ejemplo, la palabra *universitas* se creó para describir una universidad que apareció en la Europa medieval.

Con el desarrollo de la industria y la investigación científica en los siglos XVIII y XIX, empezaron a aparecer nuevos términos y palabras para describir nuevas tecnologías y conceptos. Por ejemplo, la palabra "fotografía" se acuñó en 1839 para describir una nueva tecnología de obtención de imágenes con luz.

En el siglo XX, con la llegada de los medios de comunicación de masas y las nuevas tecnologías, los neologismos empezaron a aparecer cada vez con más frecuencia. Por ejemplo, la palabra "ordenador" se introdujo en el léxico en los años

50 para describir una nueva tecnología informática. Hoy en día, los neologismos aparecen cada vez más rápido, sobre todo en el campo de la tecnología y la información. Por ejemplo, la palabra *selfie* se introdujo en el léxico en 2013 para describir una foto tomada por uno mismo con un smartphone.

Así pues, el aspecto histórico de los neologismos demuestra que han aparecido en la lengua a lo largo de su historia, y siempre han estado asociados al desarrollo de tecnologías y conceptos. Los neologismos permiten que la lengua evolucione y refleje los cambios de la sociedad y la cultura.

La función de los neologismos en el lenguaje es que son un elemento importante del desarrollo de la lengua y reflejo de los cambios en la sociedad y la cultura. Permiten transmitir nuevos significados e ideas que no pueden describirse o expresarse con las palabras y términos existentes.

La creación de neologismos puede hacerse componiendo palabras nuevas, tomando prestadas palabras de otras lenguas o creando palabras nuevas a partir de cero. Esto amplía el vocabulario de una lengua y permite expresar las ideas con mayor precisión y de formas nuevas.

Sin embargo, el uso de neologismos puede tener sus inconvenientes, como la confusión, la oscuridad o el uso excesivo. Por eso es importante emplear los neologismos con cuidado y comprender su contexto de uso para evitar un mal uso del lenguaje y garantizar una comunicación eficaz.

De lo anterior se desprende que los neologismos tienen sus ventajas y sus inconvenientes.

Las **ventajas** de utilizar neologismos en el discurso:

- a) **Ampliación del vocabulario:** El uso de neologismos permite ampliar el vocabulario de la lengua y aumentar el número de palabras para transmitir nuevos conceptos e ideas. Precisión: Los neologismos pueden transmitir información e ideas nuevas con más precisión que las palabras y términos existentes.
- b) **Comunicación eficaz:** Los neologismos pueden utilizarse para transmitir conceptos complejos de forma breve y concisa, lo que hace

que la comunicación sea más eficaz. Desarrollo del lenguaje: El uso de neologismos contribuye al desarrollo de la lengua, ya que nuevas palabras y términos se añaden al acervo lingüístico y se utilizan en el futuro.

Desventajas del uso de neologismos en el discurso:

- a) **Ininteligibilidad:** Los neologismos pueden resultar poco claros para quienes no estén familiarizados con el término o concepto que describen. Esto puede dar lugar a confusiones y malentendidos en el texto o el discurso.
- b) **Uso excesivo:** El uso excesivo de neologismos puede entenderse como un indicador de lenguaje científico o profesional, que puede resultar difícil de entender para los lectores en general.
- c) **Disminución de la relevancia:** Los neologismos pueden caer rápidamente en desuso si el término que describen se queda obsoleto. Esto puede llevar a que la palabra quede obsoleta y deje de utilizarse.

Así pues, los neologismos son parte integrante del desarrollo del lenguaje, ya que ayudan a transmitir nueva información y a que la comunicación sea más eficaz.

BIBLIOGRAFÍA

1. Almela Pérez, R. Procedimientos de formación de palabras en español. Barcelona: Ariel, 1999.
2. Alcántara Plá, M., Neologismos tecnológicos y nuevos comportamientos en la sociedad red. Aposta. Revista de Ciencias Sociales, pp. 14-38, 2016 // URL : <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495952431002>
3. Alvar Ezquerro, M., La formación de palabras en español, Madrid: Arco Libros, 1993).
4. Cabré, M. T., La clasificación de neologismos: una tarea compleja. Alfa Revista de Lingüística, pp. 229., 2006. // URL: https://www.researchgate.net/publication/26623352_La_clasificacion_de

5. Castellano, M. Neologismos de sentido en el habla coloquial de los jóvenes de Medellín. Revista UCN, 2008.
6. Castells, M. «Communication, Power and Counterpower in the Network Society», en International Journal of Communication, 2007.
7. Castells, M. Comunicación y poder. Madrid, Alianza Editorial, 2009.
8. Drotner, K. «Dangerous Media? Panic Discourses and Dilemmas of Modernity», en Paedagogica Historica, p. 35., 1999.
9. Esteban, L. Uso, origen y procesos de creación de neologismos en prensa española. CÍRCULO de Lingüística Aplicada a la Comunicación (clac)., pp. 3-27., 2008.
10. Esteban, L. Neologismo y prensa. AnMal Electrónica. pp. 541-548., 2008.
11. Esteban, L. Uso, origen y procesos de creación de neologismos en prensa española., 2008.
12. Ezquerro, Manuel Alvar. La formación de palabras en español / Madrid, ARCO LIBROS, S.L., 2001.
13. Fernández M. La incorporación de neologismos al español actual. Extranjerismos y nuevas acepciones. Universidad Católica de Ávila, p.47, 2004.
14. Fernández Calvo, R. Glosario básico inglés-español para usuarios de Internet., 2001 // URL: http://www.ati.es/novatica/glosario/glosario_internet.htm.
15. Fernández González, L, y Bravo Valenzuela, P. Expertos y redes sociales: ¿Cómo comunicarnos en tiempos de pandemia? Revista médica de Chile, pp. 560-561., 2020. // URL : <https://dx.doi.org/10.4067/s0034-98872020000400560>.
16. Giraldo, J. La neología: indicador de la vitalidad de una lengua y su cultura. Interam., pp. 39-46., 2015.
17. González Fernández, A. Estudio de neologismos a través de big data en un corpus textual extraído de Twitter. International Journal 21st Century

- Education, pp. 33-41., 2018. // URL : <https://web.telegram.org/72e93463-6ebb-406c-8b05-467406f713b1>.
18. Graham, S. L. «Relationality, friendship, and identity in digital communication», en A. Georgakopoulou y T. Spilioti. The Routledge Handbook of Language and Digital Communication. Nueva York, Routledge., 2016.
19. Hütt, H. H. Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Reflexiones, pp.121, 2012. // URL : <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
20. GUILBERT, L. Teoría del neologismo. Cuadernos de la Asociación Internacional de Estudios Franceses, p. 9, 1972. // URL : <https://doi.org/10.3406/caief.1973.1020>.
21. Pérez Fernández, L. M. Identificación de los neologismos espontáneos surgidos durante la pandemia de la covid-19 a través de twitter., pp. 821-840, 2021. // URL : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8027078>.
22. Sanz, M. L. (2003). Análisis de Redes Sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes, pp. 21, 2003. // URL : <http://hdl.handle.net/10261/1569>.

DICCIONARIOS

23. Diccionario de la lengua española (DRAE) // URL : www.rae.es.
24. Diccionario de neologismos del español actual NEOMA // URL : <https://www.um.es/neologismos/>.
25. Real Academia Española. Diccionario de la lengua española., 2014.