

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра іспанської та французької філології

**Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти ступеня «магістр»
на тему: « НЕОЛОГІЗМИ В ІСПАНОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ
ДИСКУРСІ НА МАТЕРІАЛІ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ »**

Допущено до захисту
« ___ » _____ року

Студентки групи Ммлі 01-18
факультету романської філології і
перекладу
освітньо-професійної програми
Сучасні філологічні студії (іспанська мова
і друга іноземна мова): лінгвістика і
перекладознавство
за спеціальністю 035 Філологія

Баран Марії Миколаївни

Завідувач кафедри
іспанської та французької
філології

_____ **Савчук Р.І.**
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:
канд. філол. наук, доцент Редковська
Тетяна Олександрівна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA

UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KYIV

Departamento de filología hispánica y francesa

TRABAJO DE MÁSTER EN FILOLOGÍA

**sobre el tema: « NEOLOGISMOS EN EL DISCURSO POLÍTICO ESPAÑOL EN
TEXTOS MEDIÁTICOS »**

Autorizado a la defensa

« ____ » _____

De la estudiante de grupo Mmli 01-18
de la facultad de filología románica y
traducción
área de formación profesional
6.020303 Filología (Lengua y Literatura
(español))
Baran María

*Jefe de departamento de
Filología hispánica y francesa*

_____ Savchuk R.I.
(firma) (nombre, apellido)

Dirigente científico:
profesora catedrática T. Redkovska

Escala nacional _____
Calificación final _____
Evaluación ECTS _____

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти ступеня « магістр » складається зі вступу, трьох розділів та висновків. Основною метою роботи є дослідження неологізмів у політичному дискурсі, детальніше розглядаються приклади неології у медійних текстах. Завдання роботи включає аналіз та вивчення різних аспектів неології в медійних текстах, а саме : причин виникнення нових слів, способів творення неологізмів, тематичного поділу лексики, а також особливостей їх функціонування у політичному дискурсі.

У першому розділі піднімаються загальнотеоретичні питання, що стосуються політичного дискурсу та розкриваються його основні характеристики. Також представлені причини тісного зв'язку політичного дискурсу та медійних текстів, насамперед газет електронного формату.

У другому розділі розглянуто теоретичні засади неологізмів, головні ознаки та визначення термінології. Також розглянуто аспект способів творення неологізмів та висвітлено, як саме вони функціонують в політичному дискурсі.

У третьому практичному розділі представлено результати досліджень у графіках та таблицях із коментарями до них. За результатами дослідження можна зробити висновок, що найбільш поширеними є неологізми, які утворені в наслідок деривації, за допомогою префіксів, суфіксів, друге місце займають неологізми, утворені із запозичених лексичних одиниць, і останнє місце посідають семантичні неологізми (евфемізми, метонімія). Найбільш продуктивними вважаються морфологічні способи творення неологізмів.

Ключові слова : неологія, неологізми, політичний дискурс, медійні тексти, публіцистичний стиль.

PLAN

INTRODUCCIÓN.....	5
PARTE 1. LAS PECULIARIDADES GENERALES DEL DISCURSO POLÍTICO.....	8
1.1 Discurso político en el contexto de los textos mediáticos.....	8
1.2 Rasgos diferenciales y generales del lenguaje político.....	10
1.3 Condiciones de aparición de los neologismos políticos.....	24
1.4 Textos mediáticos de periódicos como objeto de la comunicación social.....	25
Conclusiones de la parte 1	28
PARTE 2. PRESUPUESTOS TEÓRICOS : EL NEOLOGISMO, LA NEOLOGÍA.....	30
2.1 Los términos « neologismo » y « neología ».....	30
2.2 Tipos de neología.....	36
2.3 Procedimientos de creación neológica	37
2.3.1 Neologismos de forma.....	38
2.3.2 Neologismos de sentido.....	48
2.3.3 Neologismos externos.....	51
Conclusiones de la parte 2.....	53
PARTE 3. INTERPRETACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
3.1 Las voces neológicas con marca temática « Política »	54
3.2 División temática de los neologismos.....	66
3.3 Neologismos internos.....	67
3.3.1 La sufijación.....	68
3.3.2 La prefijación.....	69
3.3.3 La composición y composición culta.....	71
3.3.4 La siglación y acronimia.....	72
3.4 Préstamos.....	74
3.5 Neología semántica.....	76

Conclusiones de la parte 3	78
CONCLUSIONES GENERALES.....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	81
DICCIONARIOS.....	85
FUENTES DE ILUSTRACIONES.....	86
ANEXO A.....	87
ANEXO B.....	88
ANEXO C.....	90
ANEXO D.....	90
ANEXO E.....	91
ANEXO F.....	91
ANEXO G.....	92
ANEXO I.....	92

INTRODUCCIÓN

La renovación del léxico de la lengua tiene en la actualidad un dinamismo superior al de otras épocas. El progreso continuo en el campo de la ciencia y de la técnica, cambios en la política del mundo son unos de los determinantes del cambio constante y veloz. El otro determinante es la influencia que tienen en la actualidad los medios de comunicación. La prensa escrita es una fuente más importante para ver día a día cómo surgen palabras nuevas. El desarrollo tecnológico de las comunicaciones ha hecho que vivamos una cultura mediática, tanto en las relaciones sociales como en las políticas. Los sistemas de comunicación e información han privilegiado a los medios, esto hace que en realidad los problemas comunicacionales respondan fundamentalmente a intereses concretos de sectores de poder político y económico.

La actualidad del trabajo está definida por la necesidad de la investigación de los neologismos en los textos publicistas desde el punto de vista comunicativa y funcional, las peculiaridades de su actualización en los estilos funcionales de la lengua, en nuestro caso el estilo de los medios de comunicación del discurso político.

Los estudios sobre neologismos en el discurso político y en textos mediáticos incluyen obras de Albaladejo T. Alvar Ezquerro M., Bolós E., Bonafus S., Casals Carro, Coseriu E., Fernández M., Fernández B. J, Guerrero Salazar S., Gutiérrez S., Hernando Cuadrado L. A., Lázaro C. F., Núñez Cabezas E.A., Rebollo Torho M. A, Romero Gualda M.

El objeto de la investigación son los neologismos en los textos mediáticos del discurso político. De material principal nos sirven los periódicos más importantes y difundidos en España El País, El Mundo, periódicos de Murcia y Alicante La Verdad, Diario Información, La Opinión de Murcia que tienen registro de vocablos neológicos en el Diccionario de neologismos del español actual.

El objetivo es el estudio de las peculiaridades de la formación y el funcionamiento de los neologismos en el discurso político y su actualización.

Las tareas principales de la investigación son :

- definir los rasgos diferenciales y generales del lenguaje de discurso político;

- presentar las características principales del discurso político a través de su relación con textos mediáticos ;
- caracterizar las peculiaridades lingüísticas de los neologismos ;
- verificar qué motiva la creación de neologismos y cuáles son los procedimientos más productivos de formación de las nuevas lexías ;
- hacer el análisis de los neologismos en el discurso político y poner de relieve la división semántica de las nuevas lexías ;
- revelar qué papel desempeñan los textos mediáticos en la difusión de innovaciones léxicas y cómo influyen en el lector ;

Los métodos de la investigación usados para la realización de tareas son :

- el método de análisis contextual que permite revelar las relaciones entre los neologismos y otros elementos del texto,
- el método de la descripción que estudia el uso contextual y habitual de los neologismos,
- el análisis discursivo que ayuda a destacar relaciones entre el discurso político y su realización en textos mediáticos,
- el análisis distributivo para crear la clasificación temática de neologismos,
- el método de análisis de componentes, de interpretación semántica y de análisis semántico-estilístico que muestran la composición de una palabra y su significado, además nos dan a entender la motivación del uso de una palabra nueva,
- la comparación del uso tradicional y ocasional de neologismos se realiza a través del método de la oposición.

El análisis llevado a cabo en nuestro trabajo consta de tres partes :

- 1) estudio de la procedencia de los términos y los tipos de neologismos ;
- 2) examen del campo semántico político y la segmentación de palabras en grupos temáticos ;
- 3) análisis de los textos mediáticos españoles.

El valor práctico del estudio radica principalmente en el hecho que sus resultados y materiales presentados pueden ser utilizados en la investigación para desarrollar y

resolver una serie de cuestiones de los neologismos y su empleo en el discurso político y textos mediáticos en general, teniendo en cuenta los aspectos teóricos de la lingüística textual y la estilística de la neología.

Los principales resultados teóricos de nuestra investigación fueron aprobados en la conferencia « Ad orbem per linguas » que tuvo lugar el 20-22 de marzo del año 2019 en la Universidad nacional lingüística de Kyiv.

PARTE 1.

LAS PECULIARIDADES GENERALES DEL DISCURSO POLÍTICO

El léxico es el elemento lingüístico que singulariza el discurso político y destaca por su estrecha vinculación con la realidad exterior, puesto que es el ámbito idóneo para conocer los avances de las sociedades humanas. Un ejemplo que ilustra la vinculación del léxico y la realidad es un conjunto de palabras y expresiones que reflejan las circunstancias sociales y políticas que se viven en un momento dado: convergencia, economía global, euro, autogobierno, nacionalidades, nacionalismo democrático. Gracias a este conjunto de voces y expresiones podemos llegar a la conclusión que en ese momento el mundo se está viviendo un proceso de globalización, europeización, épocas de elecciones, manifiestos o declaraciones.

El hecho de que el léxico sea el ámbito lingüístico que mejor refleja la realidad también explica que sea el ámbito más modificado de acuerdo con las circunstancias que se dan: las palabras quedan anticuadas en poco tiempo y entran nuevas voces neológicas. El léxico político es uno de los ejemplos más claros de que « las palabras no son inocentes, sino que son instrumentos de manipulación. Desde esta perspectiva, el léxico político no reflejaría la realidad, sino que la distorsionaría » [25, p. 11].

1.1 Discurso político en el contexto de los textos mediáticos

Actualmente el análisis del discurso tiene una gran aceptación como propuesta metodológica de investigación social. Esto se debe al hecho de que, en comparación con las otras técnicas de investigación social existentes, ofrece una mayor viabilidad de captar ciertas dimensiones de la realidad social, como la ideológica y la política [32, p. 3].

El análisis del discurso, concebido desde una perspectiva teórico-metodológica específica, nos permite conocer y describir no solamente lo que dice el emisor, en nuestro caso un político, de determinados discursos sino, también, el contexto y la situación coyuntural en que éstos son emitidos. El discurso nos permite encontrar claves

que nos llevan a la reconstrucción de la realidad [32, p. 4].

Consideramos importante la inclusión del análisis del discurso como una propuesta metodológica ya que su uso para examinar, por ejemplo, los discursos públicos de los políticos ofrece en estudio de los vocablos neológicos.

El trabajo desarrollado por varias tradiciones, desde la filosofía del lenguaje ordinario a la hermenéutica, la semiótica, la etnometodología y la pragmática, ha ayudado a poner de relieve el hecho de que el lenguaje es un medio a través del cual los individuos actúan e interactúan en el mundo social [32, p. 54].

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 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 [51, p. 54].

En la actualidad, una cuestión que debe tomarse en cuenta en relación con la determinación de lo que es un discurso político es la función de los medios de comunicación. Como pregunta Bonnafus [12, p. 43] « Existe hoy en día algún discurso político « puro » que no pase por los medios de comunicación? ». Ella señala que en realidad existen muy pocos tales discursos, por eso trabajar sobre el discurso político hoy, es casi siempre como trabajar sobre el discurso « filtrado » (en el sentido de Chomsky) por los medios de comunicación y tener en cuenta por lo tanto su lógica comunicacional.

Además, hablar de discurso político supone necesariamente que existen discursos que no son políticos, lo cual presupone ciertas hipótesis sobre una tipología de discursos sociales. Se puede reconocer dos tipos de concepciones sobre lo que es el discurso político :

a) Concepción restrictiva (en sentido estricto o institucional). « Es el discurso producido dentro de la « escena política », es decir, dentro de los aparatos donde se desarrolla explícitamente el juego del poder » [27, p. 167].

b) Concepción extensiva. La diferencia con la anterior es que se basa en un concepto ampliado de « la política » ; es decir, tiene como objetivo incidir en las relaciones de poder existentes. En esta concepción, el discurso de la disidencia sería también considerado como discurso político [32, p. 43].

El discurso político y el de medios de comunicación tienen relaciones estrechas y adelante presentamos cinco funciones que desempeña el periodismo en política según estudio realizado por Mucoz Alonso [49, p. 168] :

- a) Recogida y presentación de información objetiva ;
- b) Interpretación y explicación de las informaciones ;
- c) Contribución de la formación de la opinión pública ;
- d) La fijación de la agenda política, es decir, tratar de enfocar la atención del público y del gobierno sobre determinados temas ;
- e) Control del gobierno y de otras instituciones.

El lenguaje político y periodístico comparten muchas características, y tienen unas similitudes, como : ambos lenguajes son especiales o sectoriales ; los dos recurren al uso del eufemismo, de neologismos, de tecnicismos y de extranjerismos ; tanto uno como otro se ven contagiados por el lenguaje coloquial, a veces vulgar ; el lenguaje periodístico, exactamente igual que el político, puede presentar una fuerte carga ideológica, etc. [44, p. 94].

1.2 Rasgos diferenciales y generales del lenguaje político

No es fácil caracterizar la especificidad del discurso político. Una primera dificultad es que lo político y lo ideológico, dos de sus rasgos fundamentales, pueden encontrarse en casi todo tipo de discurso. Verón, al señalar que existe una serie de dificultades en el intento de describir lo que es el discurso político, sugiere que al abordar la caracterización de un tipo de discurso, se deben trabajar simultáneamente los niveles que a continuación se enumeran [68, p.78] :

- En primer lugar, lo que se trata de conceptualizar no es nunca un discurso, sino un campo discursivo. Esto implica que lo que se trata de construir no es

una tipología de discursos, sino una tipología de juegos de discurso. Desde un inicio nos vemos confrontados con el análisis de procesos de intercambio discursivo.

- En segundo lugar, y en consecuencia, la definición de un « tipo » supone la definición de una serie de variantes del mismo, que no son otra cosa que diferentes estrategias dentro del mismo juego.
- En tercer lugar, la descripción de intercambios discursivos implica que trabajamos en diacronía : los intercambios ocurren en el tiempo y una misma estrategia varía a lo largo del tiempo. Por lo tanto, aun en el plano de la caracterización de una estrategia discursiva, se nos plantea el mismo problema de diferenciar un « núcleo » invariante y un sistema de variaciones.
- En cuarto lugar, los diferentes modos de manifestación de un cierto « tipo » de discurso no pueden ser dejados de lado : los discursos sociales aparecen materializados en soportes significantes que determinan las condiciones de su circulación : la escritura de la prensa, la oralidad de la radio, etc. Es evidente que no podemos analizar de la misma manera los discursos políticos que aparecen en esos diferentes medios.

Adelante mostramos algunas características formales del discurso político [31, p. 78] :

- a) es un discurso que no se dirige tanto a convencer al adversario, como supone la retórica tradicional, sino a reconocer, distinguir y confirmar a los partidarios y atraer a los indecisos ;
- b) es un discurso estratégico, en la medida en que define propósitos, medios y antagonistas ;
- c) manifiesta propiedades performativas, lo que significa que quien lo sustenta no se limita a informar o transmitir una convicción, sino que también produce un acto, expresa públicamente un compromiso y asume una posición ;
- d) tiene una base esencialmente polémica: la enunciación política parece inseparable de la construcción de un adversario ;

e) es un discurso argumentado que se presenta como un tejido de tesis, argumentos y pruebas destinados a esquematizar y teatralizar, de un modo determinado, el ser y el deber ser políticos ante un público determinado y en vista de una intervención sobre este público [32, p. 80].

La descripción de un « tipo » supone la descripción de múltiples estrategias, de procesos de intercambio, de variaciones de cada estrategia a lo largo de un proceso discursivo, de modificaciones de las estrategias según el soporte significativo.

Para dar característica al lenguaje del discurso político atribuimos a los resultados de estudio de Núñez Cabezas y Guerrero Salazar [50, p. 200] 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. [51, p. 67].

Es preciso mencionar unas de las características más importante del lenguaje político :

1. La repetición y la redundancia son constantes en el discurso político. 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 [50, p. 213]. 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 » [50, p. 214].

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 » [50, p. 218], 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.

4. El lenguaje autorreferencial. Como en cualquier otra actividad profesional, el léxico de los políticos destaca por las referencias a la actividad parlamentaria cotidiana, apelando con suma frecuencia a términos como « partido », « Congreso », « Constitución », « Gobierno », « sesión de control », « Consejo de Ministros », etc.

5. La deshumanización parcial del discurso. Como el político no habla en nombre propio – salvo casos excepcionales –, el discurso adopta unos tintes deshumanizados, impersonales (« el partido », « el Gobierno », « esta Cámara »). Esto no quiere decir que se soslaye el pronombre personal de primera persona, que también destaca por su abundancia, como veremos más adelante.

6. El lenguaje connotativo. Al tratarse de un discurso eminentemente persuasivo, predomina la función conativa. Los significantes se mantienen a lo largo del tiempo, pero van cambiando sus connotaciones (tal es el caso de voces como « nación », « democracia » o « paz »).

7. La relación directa entre los grandes temas políticos y la producción del léxico. Como es de suponer, los temas políticos son los que conforman el grueso de su vocabulario (problemas como el desempleo, la inmigración o el terrorismo, y conceptos clave como economía, Constitución e ideología generan multitud de voces, de las que a su vez se derivan otras), que, evidentemente, también se enriquece del lenguaje cotidiano, e incluso del lenguaje difundido por los medios de comunicación, como veremos más adelante [50, p. 219].

8. La homogeneidad de lenguaje político actual, con independencia de la ideología. En la línea de importantes pensadores que sostienen que nuestra sociedad se está desideologizando, Núñez y Guerrero, Alvar, y Fernández Lagunilla coinciden en afirmar las escasas diferencias entre el lenguaje usado por la izquierda y la derecha españolas. Téngase en cuenta, en este punto, que tampoco hay diferencias en cuanto al uso de los recursos retóricos [50, p. 17].

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 político-económica de crisis y cambios sociales en la que nos encontramos sumidos. Como dice Edo : « 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 » [12, p. 85].

Una peculiaridad que también adquiere una importancia especial en el ámbito político es el significado connotativo, ya que cualquier vocablo tiene una carga ideológica o afectiva. Lo que determina el uso de los términos por parte de los políticos es el valor expresivo o afectivo y no el valor conceptual o descriptivo. Como indica Fernández [25, p. 13] « el peso del significado connotativo en el vocabulario político es particularmente singular en tanto que la palabra política nunca es neutra, sino que se halla connotada ideológicamente o afectivamente ».

El léxico político es común a todos los partidos o ideologías así como tienen relación a la misma semántica. No obstante, esto no significa que el léxico político sea unívoco, sino que, aunque los distintos partidos usen los mismos términos, no le dan los mismos sentidos. [19, p. 30]. Por ejemplo, un partido nacionalista no usa el vocablo *nacionalismo* con el mismo sentido que un partido no nacionalista. Los políticos ponen en marcha una estrategia léxica para evitar el uso de palabras que aparentemente tienen una connotación negativa. Marina Fernández Lagunilla [25, p. 17] nombra esta característica como desideologización del léxico político. Esta desideologización consiste en utilizar términos neutros como sinónimos parciales de dichas palabras connotadas negativamente, por ejemplo, utilizan *territorio* en lugar de *nación*, *país*, *región*. Sin embargo, con el paso del tiempo el término utilizado pierde su neutralidad original.

Otro de los rasgos que caracterizan el lenguaje político según Fernández [25, p. 22-24] es el uso de palabras-símbolo, palabras-eslógan y palabras-clave.

Las palabras-símbolo son aquellas cuyo carácter emblemático está determinado por su carga emotiva y por la indeterminación de su significado denotativo que se produce a consecuencia de su frecuente uso estereotipado. Tanto los nombres propios como los nombres comunes que pertenecen al vocabulario político técnico y los términos del léxico común pertenecen a la categoría de palabras-símbolo [25, p. 25].

El sólido valor connotativo de este tipo de palabras hace que en ocasiones formen parte de **eslóganes** políticos como « Vota por un futuro para la mayoría » que fue el eslogan que representó al Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en la campaña del año 2015 o el lema que utilizó el Partido Popular (PP) en su campaña para las elecciones generales del año 2011 que decía « Súmate al cambio ». Lo importante de estos lemas es que las palabras no se utilizan por su sentido denotativo, sino por su fuerte valor connotativo y por sus efectos perlocutivos que se dirigen más al sentimentalismo que al razonamiento, es decir, con ellos se seduce más que se convence [25, p. 25].

Por último, están las **palabras-clave** que son aquellas que representan los hechos políticos y sociales más importantes de una determinada etapa, por ejemplo, actualmente una palabra-clave sería elecciones puesto que resume la situación que se está viviendo en Cataluña tras la crisis política de la independencia. Las palabras-clave se caracterizan porque son muy frecuentes en el discurso político de la época y porque producen derivados con facilidad y pueden integrarse en diversas combinaciones sintácticas [25, p. 27]

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 que a su razón. El lenguaje político es, ante todo, un lenguaje retórico [51, p. 69].

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.

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.

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 se enfrentan en una lucha dialéctica (a veces, violenta) » [50, 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 [7, 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*) [51, p. 80].

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.

Las formas de los aumentativos y diminutivos son populares en la esfera de medios de comunicación. Se emplea 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 [51, p. 89].

Asimismo, Gómez Torrego [27, p. 125] 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 ».

Sin tener en cuenta la categoría gramatical, adelante mostramos algunos de los sufijos más frecuentes en medios de comunicación, según la clasificación de Guerrero Salazar [29, p. 186] :

1. Diminutivos (*-illo, -illa, -ito, -ita*) : Valor peyorativo y función aminadora Sentido irónico, con independencia de que ser adjetivos o sustantivos : *politiquillo, rijillo, españolito*.
2. Aumentativos (*-ón, -ona, -azo, -aza, -ísimo, -ísima*) : sentido negativo y depectivo, con función aumentativa, alusión a personas y hechos importantes, connotación paródica : *subidón, izquierdona, partidazo, torerísimo, hermanísimo*.

La sufijación nominal o nominalización [63] 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 : *pancarterismo, reaccionarismo, chaqueterismo, felipismo, chavismo, barcelonismo, madridismo, sevillismo, israelización, mexicanización, presupuestación, priorización*. 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*).

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* : *autodeterminista, madridista, felipista, poblacional, prestacional, berlusconiano, maragalliano, penalizable, orientable, mantenible, desequilibrante, presionante, intensificador, englobador*.

La sufijación menos productiva y frecuente en el lenguaje periodístico es la sufijación verbal. Los sufijos verbales son limitados. 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*) [63].

La composición menos productiva en español en comparación con los procedimientos de derivación, en el ámbito periodístico encontramos gran abundancia de términos compuestos. Se debe, según Alvar Ezquerro [5, p. 140], a que es un mecanismo que manifiesta muy bien la expresividad buscada en este lenguaje. Además, permite la síntesis y es muy eficaz en los calcos y adaptaciones del inglés al español [29, p. 170].

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 : *buscatesoros, parapenaltis, portagafas, posavasos, guardarropa, tuercebotas, correlindes, tocapelotas, zampabollos*.

En base a los resultados obtenidos por Núñez Cabezas y Guerrero Salazar [50, 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 [7, p. 55] : « en 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 ». Estos son las características del lenguaje en medios de comunicación, periódicos que tienen la marca temática de política.

Por otro lado, cabe mencionar unos científicos que tienen otras opiniones sobre lenguaje político. Eugenio Coseriu niega la existencia del lenguaje político como tal lenguaje : « Para la filología y para la hermenéutica del sentido, los discursos políticos no pueden siquiera representar una clase particular (...). Los discursos políticos no constituyen una clase por su forma o estructura lingüística, sino sólo por su contenido extralingüístico » [18, p. 17].

La razón principal que lleva al autor a esta conclusión radica en que el lenguaje político únicamente sería operativo en el nivel léxico-semántico. Como rasgos específicos del lenguaje político, Coseriu se refiere a su orientación hacia el valor de lo eficaz, dominando la función apelativa y los procedimientos retóricos. De cualquier forma, el maestro Coseriu entiende que estos aspectos son análogos a muchos otros tipos de discurso, entre ellos, el publicitario [18, p. 20].

De un modo similar, Alvar [5, p. 57] define el lenguaje político como un « lenguaje sustancialmente funcional », cuyo único nexo con los lenguajes especiales parece su carácter críptico, prácticamente en la misma línea que del Rey Morató, para quien tampoco estaríamos tratando de un lenguaje especial, sino más bien de un conglomerado de clichés lingüísticos, comúnmente barajados por los políticos; en sus palabras, « un arsenal de recursos, un vocabulario a utilizar », lo cual viene igualmente a coincidir con los argumentos de E. Coseriu, antes comentados [18, p. 21].

Igualmente, Fernández Lagunilla [25, p. 24] prefiere no referirse a ningún

« lenguaje político », sino, en todo caso, a la « lengua en la comunicación política » – también alude al « lenguaje de la política » o « jerga política ». La autora insiste en la dificultad de « aislar los rasgos lingüísticos y comunicativos fundamentales que llenen de contenido cualquiera de las designaciones mencionadas », por lo que concluye que el lenguaje político no es un « lenguaje especial (...) sino un uso especial de la lengua común ». Para ella, el lenguaje político no puede encajar entre los lenguajes sectoriales, por uno de los rasgos que antes indicábamos : tiene como destinatarios potenciales – como venimos diciendo – a la totalidad de la ciudadanía, y no a un grupo o colectivo concreto, como ocurre, por ejemplo, con el lenguaje periodístico o el publicitario [25, p. 25]. Además, Fernández Lagunilla hace hincapié en el carácter multimodal y complejo del lenguaje político : abarca el discurso parlamentario, el dirigido a los medios de comunicación, el de la arenga y mitin político, etc., lo cual dificultaría, según esta autora, equipararlo a otros lenguajes, claramente especiales por el uso de un léxico característico y unos destinatarios concretos [25, p. 28].

En la otra orilla se sitúan los argumentos de Rebollo Torío, Lo Cascio y los citados Núñez Cabezas y Guerrero Salazar. Enlazando con la explicación de Fernández Lagunilla, Rebollo Torío arguye lo siguiente : « Con respecto al carácter de grupo, propio de los lenguajes por los que reconocemos los distintos tipos: científico-técnico, jurídico-administrativo, carcelario, etc., habría que matizar lo siguiente. Hay, en efecto, un grupo de personas más proclives para el empleo de este tipo de lenguaje, los políticos, esto es, las personas que se dedican a los asuntos de la política : senadores, congresistas, ministros (...). Ahora bien, la comunicación puede limitarse tan sólo a los integrantes del grupo, o la mayoría de las veces, tiene un interlocutor real distinto del que aparenta ser : toda una sociedad. En consecuencia, en el lenguaje político hallamos una delimitación clara en cuanto a los miembros que la configuran, pero ese lenguaje político tiene que diferir mucho de otros tipos de lenguaje, pues su interlocutor no es, por ejemplo, otro preso o un científico, sino cualquier persona de la sociedad en la que se sitúa la emisión » [57, p. 12-13].

No obstante, para este autor, tener como destinatarios a toda la sociedad no implica una exclusión del lenguaje político de los demás lenguajes especiales, toda vez que

también otros lenguajes especiales, sobre los que no cabe discusión (como el publicitario, o el lenguaje de la crítica literaria) coinciden en este rasgo.

En opinión de Rebollo Torío : « la ambigüedad y la polisemia inherentes al léxico político lo descalificarían como elemento identificador » [57, p. 13]. Recalcando que, en efecto, el léxico es un aspecto más de los que conforman un discurso tan complejo como el político, nosotros estimamos lo contrario, esto es, que esa ambigüedad y polisemia tan características precisamente podrían ser aquello que singulariza al léxico político y lo diferencia de otros.

Ha abundado sobre esta misma cuestión Marina Fernández Lagunilla [25, p. 13-14] quien considera que, en efecto, hay un vocabulario propio del lenguaje usado por los políticos – como propuso Coseriu [18, p. 11] –, si bien se trata de una « terminología relativa a las nociones e instituciones políticas (con vocablos como democracia, parlamento, constitución, gobierno, estado, socialismo, etc.), pero no como modo de emplearse los signos lingüísticos en la política, puesto que en este último sentido todo el léxico puede ser político ; pensemos, por ejemplo, en palabras como transición, modernización, solidaridad, globalización, reforma y tantas otras más. Sólo en el caso de que entendamos el vocabulario político en el primero de los sentidos señalados podríamos aplicarle la condición de lenguaje especial o sectorial » [18, p. 11].

De cualquier forma, por todo lo dicho, Rebollo Torío concluye que, en realidad, entre la consideración del lenguaje político como « lenguaje especial » o como « uso especial del lenguaje » no hay, en el fondo, unas diferencias tan grandes [57, p. 18].

Para Vincenzo Lo Cascio la pertenencia del lenguaje político a la taxonomía de « lenguajes especiales » es indiscutible. El autor, por tanto, define y caracteriza al lenguaje político, dentro de su tipología de textos argumentativos, en la misma nómima que otros lenguajes especiales como el de las matemáticas, la medicina, el derecho, la economía o el lenguaje de la publicidad [43, p. 309-310].

Es el momento de volver sobre el planteamiento de Núñez Cabezas y Guerrero Salazar, antes adelantado. Estimamos que esta duda terminológica puede resolverse atendiendo a una definición más laxa del concepto mismo de « lenguaje especial », en la línea, entre otros, de B. Rodríguez Díez [62].

Así, por ejemplo, Rodríguez Díez distingue tres tipos de lenguajes especiales :

1. « Argots o jergas. Son lenguajes de grupos muy determinados y con una finalidad crítica. Este lenguaje es oscuro y enigmático para todo aquel que no pertenezca a este grupo.
2. Lenguajes sectoriales. Son los que corresponden a las actividades y profesiones en las que la finalidad crítica no existe (lenguaje del deporte o del periodismo) [62].
3. Lenguajes científico-técnicos. Son aquellos en los que no existe la finalidad crítica, aunque la incompreensión por parte de los no iniciados es casi total. Este lenguaje no puede ser comprendido por aquellas personas que no posean una formación básica sobre la materia » [62].

Fernando Lázaro Carreter a su vez habló de lenguaje político como jerga, pero reservó para el lenguaje periodístico la etiqueta de « lenguaje especial » [41] Coincidimos con Núñez y Guerrero en que, dadas las concomitancias y el intercambio mutuo existentes entre ambos lenguajes, parece necesario aplicar esta denominación también al lenguaje político.

De un modo análogo, Pilar Diezhandino Nieto equipara también los dos lenguajes, aunque parece decantarse más por el término « lenguaje sectorial ». para definirlos. Según esta investigadora, el lenguaje político y el periodístico son lenguajes sectoriales por cumplir tres requisitos : ambos están sometidos a la creatividad lingüística, no existe en ellos finalidad crítica alguna – lo que los aleja de los argots o jergas, como venimos apuntando – , y finalmente, no existe univocidad en la relación significante-significado a diferencia de los lenguajes científico-técnicos, el lenguaje político destaca por su carácter connotativo, lo que hace necesario el análisis de los contenidos implícitos – , y el valor de sus unidades depende de su uso (es frecuente la polisemia, sinonimia, etc.) [20].

Anotamos el planteamiento de Rebollo Torío, que llama también la atención sobre la necesidad de establecer dos niveles en el « lenguaje político » :

« Cabría diferenciar entre dos niveles distintos para los integrantes del « lenguaje político » : aquellos que son natos, que viven por y para la política, y el de todos, que

tienen que comprender los fenómenos lingüísticos producidos en ese tipo de lenguaje ». [57, p. 13].

Entendemos que diferenciación del discurso político interno y discurso político externo es clave, en la medida en que puede servir para despejar las dudas planteadas por los autores críticos. Por un lado, el hecho de que sea preciso diferenciar el lenguaje que los políticos emplean para dirigirse a los ciudadanos, nos sitúa en un plano que lo aleja de los lenguajes científico-técnicos o las jergas. Por otro lado, el uso lingüístico entre los propios políticos (en comisiones parlamentarias o sesiones de control) nos advierte de que la faceta crítica – que también la hay, aunque en menor medida, en el lenguaje político – se halla intrínsecamente vinculada a la faceta pública (cara a los ciudadanos y a los medios) [64, p. 128].

Esa definición bivalente, en consecuencia, nos permite referirnos con ciertas garantías, a este lenguaje como especial o sectorial. Especial no sólo por su léxico, no sólo por su finalidad, ni por sus contextos de uso (parlamento, mitin, entrevista, etc.), ni tampoco por sus destinatarios : acaso por todo ello a la vez.

No obstante, como apuntábamos al inicio de este apartado, es evidente que, por todas las especificidades enunciadas, nos encontramos ante un lenguaje especial mucho más complejo que otros lenguajes sectoriales, y, por ello, mucho más difícil de demarcar y definir [64, p. 129].

En suma, estimamos que las claves del lenguaje político, que le conceden su carácter de lenguaje especial, son principalmente dos :

- El discurso político no es dialógico, sino eminentemente monológico. Tengamos en cuenta que, incluso en las intervenciones parlamentarias, el orador no se dirige realmente a sus adversarios políticos, a pesar de los insistentes vocativos (« Señor Presidente », « Señorías », « Señor Presidente de la Cámara »...). Su destinatario último es el ciudadano, que podrá tener acceso a sus declaraciones a través de los medios de comunicación [45].
- Se trata, por ende, de un discurso retórico, cuya finalidad es convencer a la ciudadanía de la conveniencia de « tomar partido » por la postura defendida, y contra la del partido contrario. Precisamente, M. Alvar [5, p. 130] destaca la

función retórica como la fundamental de este tipo de discurso, siendo la repetición y la metáfora los recursos más importantes.

1.3 Condiciones de aparición de los neologismos políticos

Como ya apuntábamos anteriormente, el lenguaje político está ligado a la realidad social y política, por tanto, su creación léxica obedecerá a la naturaleza cambiante de estas dos realidades. En este contexto debemos entender creación léxica como el olvido, la incorporación o la modificación de algunas voces. Los momentos de creación más productivos son aquellos en los que la política tiene un protagonismo especial, no obstante, esto no quiere decir que muchos de los neologismos creados en una época determinada desaparezcan con el paso del tiempo. Por ejemplo, en la época de la Transición Española se crearon muchas voces políticas neológicas y la mayoría de ellas ya no se utilizan en la actualidad porque la realidad política es notablemente diferente. Actualmente han aparecidos vocablos como *globalización*, *convergencia*, *centroizquierda* se han sustituido otros como *cohesión* por *unidad* y se han modificado otros como *terrorismo de baja intensidad* [19, p. 24].

Debemos apuntar que la creación de neologismos políticos se da en dos sentidos : un sentido externo y un sentido interno. En este segundo sentido, según Gardin [23, p. 58] la creación neológica se manifiesta en tres direcciones :

- a) el vocabulario común a los distintos partidos,
- b) el vocabulario del adversario político
- c) el vocabulario propio.

La primera manifestación consiste en que cada grupo político impone sus significados a términos de uso común, por esta razón aunque partidos contrarios utilicen las mismas palabras no tienen los mismos significados.

La segunda se trata de hallar los verdaderos significados de los términos que usa el adversario y la tercera estriba en imponer los propios signos lingüísticos. La última causa de creación de neologismos políticos reside en la heterogeneidad de las fuentes de la jerga política. Gracias a dicha diversidad el político puede beneficiarse de términos

que pertenecen al lenguaje común y otros que pertenecen a ámbitos concretos a partir de los cuales pueden crear neologismos, sentidos figurados y extensiones semánticas. Estas creaciones son fruto del conocimiento del mundo y de habilidades lingüísticas del propio sujeto político [26, p. 62].

Según Fernández Lagunilla [25, 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 [25, p. 217].

1.4 Texto mediáticos de periódicos como objeto de la comunicación social

El concepto de la comunicación es propio a muchas disciplinas científicas. A nosotros, no obstante, nos interesa como fenómeno colectivo, o sea, como un proceso de intercambio de informaciones en una interacción social dentro de un discurso entenderla como componente del comportamiento social. Cabe mencionar sobre todo la sociología y psicología; del aspecto lingüístico de la comunicación se ocupa también la lingüística del texto o a la pragmática, que acentúa sus componentes ilocutivo y perlocutivo. Desde la posición de estas disciplinas tomamos el texto periodístico por comunicativo, o sea un fenómeno social destinado a transmitir información por intermedio de la lengua en el proceso de la comunicación de masas. La comunicación periodística, la llamamos colectiva, ya que, como mencionamos más adelante, consideramos colectivos los dos miembros en sus polos (el emisor y el receptor), entre los cuales se mueve la información. Si comparamos concepciones de la comunicación interhumana en varios autores, observamos ciertas diferencias. Como la más adecuada hemos elegido la definición de Hernando Cuadrado. Este autor, remitiendo al modelo funcional y estructural de R. Jakobson, define la comunicación como sigue : « La comunicación

consiste en un acto mediante el cual el emisor (simple o múltiple), en unas determinadas circunstancias, transmite, a través de un canal, a un receptor (simple o múltiple), una información (sentido) cifrada en mensaje, de acuerdo con las unidades y reglas de un código que, al menos parcialmente, les es común » [44].

Hemos dicho que podemos considerar la comunicación como un tipo del comportamiento social. Si tomamos como punto de partida esta premisa, también la comunicación masiva es un tipo del comportamiento que afecta a todos individuos de la sociedad moderna. La conducta humana refleja relaciones dentro de la sociedad, en la comunicación periodística, no obstante, en nivel relacional queda en segundo plano, ya que la relación emisor – receptor no es directa. Además, ni el emisor, ni el receptor son sujetos individuales : un periódico se tiene por obra colectiva que corresponde a la política de redacción y refleja la opinión de la misma. Por otro lado, ni los miembros del equipo profesional de una redacción orientan sus mensajes a personas concretas, sino al público lector de un cierto grupo que representa cierta parte de la población, por regla general, de igual orientación política.

Pese a las posibilidades que ofrece las tecnologías actuales de información a la sociedad moderna, el periódico queda el medio de difusión de noticias más extendido y popular. El componente que se encuentra en el centro del proceso comunicativo es el mensaje. El mensaje periodístico contiene informaciones de interés general que se presentan de manera periódica. Éstas tienen que ser actuales o nuevas para el público. El mensaje, sin embargo, también puede contener la opinión del periodista o la empresa periodística. La evaluación o interpretación de los hechos, entonces, forma parte del mensaje.

El periódico como medio comunicativo desempeña incluso varias funciones sociales y el lenguaje utilizado en los textos periodísticos es herramienta para cumplir con estos cometidos. Eso quiere decir que las funciones que lleva la lengua en general, o sea la referencia, la apelativa, la fática o la poética corresponden a las que tiene la prensa en la sociedad, dependiendo de la intención del tipo concreto del texto periodístico. Para Guerrero Salazar es imprescindible : « el influjo de autoridad que

ejerce el lenguaje periodístico en la actualidad, similar al que la literatura ejerció en épocas pasadas » [29, p. 36].

Casals Caro remite a la teoría clásica de H. D. Lasswell del año 1948 que establece las funciones informativa y orientadora, que radican en informar la ciudadanía sobre un espectro muy amplio de los hechos que la pueden afectar o interesar ; la interpretativa, que consiste en explicar los hechos sociales y subrayar las relaciones entre ellos y la educativa, basada en « transmitir la herencia cultural de la sociedad » [21, p. 39].

L. Trup y J. Sôltys hablan de tres finalidades de las comunicaciones colectivas diciendo que

1) proporcionan informaciones acerca de los acontecimientos y sucesos que pueden afectar a la colectividad,

2) realizan una labor crítica cuando interpretan los hechos y juzgan y critican las actuaciones sociales y políticas,

3) ejercen una misión político-educativa en la medida en que transmiten los valores políticos sociales y culturales [82, p. 125].

Los dos últimos puntos corresponden a la función orientadora que Hernando Cuadrado adscribe a los géneros de opinión, es decir el editorial, el suelto y el comentario [30, p. 18]. Cada actividad comunicativa se efectúa con cierta finalidad. El mensaje periodístico debe influir, de cierto modo, en el receptor y provocar sus reacciones. Su intención elemental, sin embargo, es la de proporcionar información. También la interpretación o explicación de los hechos sociales algunas veces se tiene por parte de los procedimientos informativos. La interpretación es explicación con ayuda de argumentos racionales, « un juicio objetivo apoyado en los antecedentes, el conocimiento de la situación y el análisis de un acontecimiento » [78, p. 20].

La función persuasiva propia de los géneros analíticos, es decir, los de opinión consiste en convencer y persuadir, dos términos, entre los que algunos autores hacen diferencia : « Convencer es probarle a uno una cosa de manera que racionalmente no la puede negar » [48, p. 245] mientras que « persuadir es inducir, mover, obligar a uno con razones a creer o hacer alguna cosa...lo que significa llevar sin violencia a otros en

discursos o demás procedimientos, cuando hay más de una posibilidad real de acción » [36, p. 154].

A diferencia del convencimiento se necesita también adhesión emocional del receptor. Se trata de la ambición de los medios comunicativos de ejercer influencia sobre el receptor o grupo de receptores y formar sus actitudes y modos de ver ; en algunos casos provocar acciones. En los periódicos serios este afán ante todo a los asuntos políticos. Como dice T. Albaladejo, « políticos...[...] y periodistas [...] coinciden en la finalidad de influir en los lectores a propósito de decisiones o de actitudes futuras que vayan a adoptar éstos en relación con asuntos de índole política » [2, p. 391].

Como un fenómeno social, el periodismo en la sociedad moderna tiene un papel de alcance enorme. Si quisiéramos exagerar, podríamos decir con Hernando Cuadrado que « los hechos existen porque los publican los medios de comunicación » [34, p. 25].

Entre estos medios, la prensa escrita sigue manteniendo la posición decisiva en la difusión de informaciones de la vida política y social, lo que sigue siendo – aun tomando en consideración la fuerza persuasiva de la misma – su función principal.

Conclusiones de la parte 1

En conclusión, cabe destacar que el discurso político refleja todo el movimiento que pasa en el mundo. Eso lleva a la formación del léxico nuevo que tiene el objeto de transmitir la información actual. Cuando 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 y recreación léxica.

Existen dos grupos de causas de la creación léxica : externas, como respuesta a las nuevas realidades sociales, e internas que deben a la naturaleza polémica del discurso político.

Las características esenciales del lenguaje político son : la repetición y la redundancia, uso de sinónimos, juegos de palabras, equilibrio entre el lenguaje

coloquial y familiar y el lenguaje científico-técnico. El discurso político no es dialógico, sino monólogo, es un discurso retórico, cuya finalidad es convencer a la ciudadanía de la conveniencia de un político o su partido.

Al estudiar trabajos de varios científicos podemos concluir que hay autores que no singularizan el discurso político como tal. Sus pensamientos radican en que el lenguaje político sería operativo solamente en el nivel léxico-semántico y en que el discurso político tiene tales aspectos que son análogos a muchos otros tipos de discurso.

La realización de los objetivos del discurso político se cumple en periódicos digitales, es decir, en textos mediáticos.

PARTE 2.

PRESUPOSTOS TEÓRICOS : EL NEOLOGISMO, LA NEOLOGÍA

La creación de voces neológicas es uno de los indicios más importantes que demuestran que una lengua está viva. Esta capacidad de crear neologismos es funcional puesto que la lengua se adapta a los cambios sociales constantes en la sociedad y crea nuevas unidades léxicas para denominar esas novedades referenciales.

La creación neológica es una característica propia de las lenguas vivas y con voluntad de seguir siéndolo, porque la lengua debe evolucionar paralelamente a la sociedad asumiendo el riesgo de perder parcialmente su autenticidad y prestigio [19, p. 10].

En relación con las causas de la continua formación de neologismos, Cabré [14, p. 35] apunta dos maneras de producirlos: la neología espontánea y la neología planificada. La neología espontánea se produce con la finalidad de designar un concepto nuevo sin nombre o introducir una variación estilística en el sistema denominativo. En cambio, la neología planificada está vinculada al objetivo de proporcionar recursos de expresión y comunicación propios a una lengua.

2.1 Los términos « neologismo » y « neología ».

La lengua es un vehículo de comunicación social, y cada etapa histórica acomoda el lenguaje al medio en el que se desenvuelve. Cada comunidad selecciona una parte de la realidad, le da nombre y la introduce de este modo en su sistema lingüístico ; a medida que las necesidades cambian, se modifica la lengua.

Las circunstancias del intercambio de lenguas propician la creación de nuevos términos denominados neologismos. El término neologismo nace en el siglo XVIII para designar una afectación en la manera de expresarse ; el de neología, unos lustros más tarde, se refiere al arte de innovar siguiendo el progreso de las ideas [29, p. 9].

El neologismo es toda palabra, una acepción o un giro nuevo que se introducen en el léxico : *gadianizar, cubanizar, aznarismo, encabronamiento, peperero*. Su creación se produce por modas y necesidades de nuevas denominaciones.

Será a partir de los años 70 cuando la neología léxica adquiere más fuerza por algunas fundadas razones, como :

1) el progreso tan rápido de la ciencia y la técnica, que conlleva la creación de muchas necesidades denominativas, tanto para designar las novedades como para difundirlas ;

2) la evolución de la sociedad actual que nos conduce a una situación lingüística escindida en dos tendencias opuestas: una de ellas, la utilización del inglés, y la otra, el hecho de que las lenguas no dominantes aseguran la continuidad de su sistema, además de actualizar y diversificar permanentemente su código ;

3) la aparición frecuente de foros internacionales de carácter cultural, político o económico que ejercen un papel difusor muy importante [65].

4) la intervención de los gobiernos en materia de lenguaje ha llevado a la propuesta de planes de política lingüística no sólo para las lenguas amenazadas sino también para las lenguas consideradas como poco dominantes, como indica Cabré, que añade : « El tema més important des del punt de vista lingüístic és la caracterizació i tipologia dels neologismes. El treball d'ordre cultural sobre la neologia és fonamentalment en la detecció de valors i creences d'una comunitat a través de les paraules » [13].

Basándose en « Neologismos en el español: estudio comparativo entre el lenguaje técnico y científico » de Collaert R., se puede concluir que la definición del neologismo puede ser interpretada de manera bastante amplia. En su interpretación más extrema, se puede considerar casi toda palabra como un neologismo. Cada palabra procede de una u otra manera de otra lengua, sea esta una lengua con que está en contacto o sea a una lengua precursora. Este fenómeno no es una particularidad del español, sino de todas las lenguas del mundo [17, p. 129].

El Diccionario de la Real Academia Española propone una definición muy general del concepto « neologismo », a saber « vocablo, acepción o giro nuevo en una

lengua » y también « el uso de estos vocablos o giros nuevos » [73]. Aunque esta explicación no es muy profunda, la Nueva Gramática de la Real Academia Española [75] ni siquiera propone una definición del neologismo. La palabra solo aparece tres veces y todas las apariciones se sitúan en la parte que trata de la derivación nominal. Por último también el Diccionario panhispánico de dudas [71] de la RAE puede ser una fuente útil en cuanto a términos lingüísticos, pero tampoco menciona el neologismo.

Por consiguiente, se exigen obras más específicas para componer la definición de los neologismos. Con este objetivo, se refiere en primer lugar a Otaola Olano [53, p. 46] cuya obra « Lexicología y semántica léxica : teoría y aplicación a la lengua española » resulta una fuente muy útil para componer una definición general del neologismo. Además completamos la información de Otaola Olano con la de Guerrero Ramos [31, p. 46], que propone cinco condiciones a que, según la Real Academia Española, una nueva unidad léxica tiene que someterse para que sea aceptada por la lengua española.

« Que son los hablantes mismos de una lengua quienes deciden sobre el desarrollo de una nueva unidad léxica, » – afirma también Santamaría Pérez [66, p. 107]. Según ella, un neologismo, antes de formar parte del léxico, atraviesa diferentes fases intermedias. Primero, por supuesto, se crea la nueva entidad. Luego, esta nueva forma vive junta con la forma original. De esta manera, ambas variaciones léxicas conviven hasta el punto en que los hablantes decidan una sola denominación y será esta que finalmente se mantiene en el léxico de la lengua.

Dichas definiciones son generales para nuestra investigación. Por eso pensamos que es preciso definir el concepto « neologismo » en comparación con « extranjerismo » que va a seguir en nuestro estudio. Se puede considerar neologismos a muchas palabras. De verdad, se puede decir que todas las palabras de una lengua son neologismos ya que provienen todas de una u otra manera de cualquiera lengua y por consiguiente muchas veces los hablantes de una lengua ya no sienten las palabras como forasteras. No obstante, cuando se habla de neologismos en la presente investigación, tratamos como neologismos las palabras entradas en la lengua de las que los hablantes todavía sienten que son palabras extranjeras, pero que se han adaptado fonéticamente o morfológicamente al sistema lingüístico de la lengua propia. Cuando se habla de

extranjerismos en nuestro estudio, se trata de palabras que obviamente provienen de una u otra lengua extranjera. Se trata aquí por consiguiente de palabras que son sacadas de la lengua de fuente [17, p. 85].

Por consecuente, cabe destacar las cinco condiciones de Guerrero Ramos [31, p. 14] a las que una nueva unidad léxica tiene que someterse para que una institución de idiomas la acepte lingüísticamente.

- Primero, esta nueva unidad léxica tiene que ser conforma al sistema de la lengua correspondiente. Quiere decir que « el neologismo ha de ser fiel a las estructuras fonológicas y ortográficas de la lengua general estándar ». Por ejemplo, la palabra estatus se ha adaptado al sistema fonológico del español por añadir una e-protética al inicio [31, p. 14].
- Segundo, Guerrero Ramos menciona el criterio de la amplitud semántica. Cuando el neologismo cumple este criterio, se manifiesta « capaz de expresar la realidad, evitando provocar alusiones molestas o connotaciones peyorativas perjudiciales al significado que efectivamente quiere ofrecer ». Por ejemplo, la palabra láser semánticamente ha sido adaptada a la lengua española y refiere a una sola realidad y tampoco provoca alusiones molestas o connotaciones peyorativas perjudiciales [31, p. 15].
- Luego se destaca el criterio del valor de integración en la lengua. Quiere decir que la unidad léxica recientemente creada tiene que integrarse en el sistema de la lengua en el plano sintagmático y paradigmático lexicalizable. En relación con el plano transformacional, la palabra nueva tiene que ser capaz de poder producir derivados y compuestos. Por ejemplo, la palabra input entró en español y que se integró en el sistema de ésta misma lengua, la palabra puede ser utilizada en una derivación, inputar [31, p. 16] .
- La cuarta condición a la que un neologismo tiene que someterse se llama el criterio onomasiológico. Según este criterio, la nueva unidad léxica no está permitida de hacer competencia a otros términos, sean estos neológicos o ya presentes en la lengua. Quiere decir que la palabra tiene que ser el único elemento

para expresar una noción. La palabra escáner resulta el único término que denomina tal objeto [31, p. 16].

- Para terminar, Guerrero Ramos destaca el criterio del valor sociolingüístico. Esta condición implica que solo se acepta una nueva unidad léxica cuando se usa frecuentemente en el habla. Por consiguiente, esta condición implica que este término nuevo es necesario en la lengua y que además tiene éxito. Para contrastar, se presenta el ejemplo de la misma noción, pero con diferentes significantes : *whisky (esp.)*, *uísque (port.)*. Son diferentes no solo por pertenecer a otra lengua, sino también por el grado diferente de aceptación. La palabra *whisky* en español es sin duda prestada del inglés. Sin embargo, ya existía otra palabra para denotar esta noción, a saber *güisqui*. Este último no ha tenido éxito y los hispanohablantes comenzaron a utilizar el término inglés, que finalmente oficialmente ha sido aceptado en español por la Real Academia Española. No obstante, en portugués todavía se denomina esta noción por la palabra original *uísque* y no por la palabra inglesa [31, p. 20].

Es importante mencionar a Dubois [22, p. 240] porque ofrece dos conceptos fundamentales del término neologismo. Por una parte, lo define como « toda palabra de creación reciente o recientemente tomada de otra lengua » y por otra como « toda acepción nueva de una palabra ya antigua ». Además, aparece registrada la voz neología como « el proceso de formación de nuevas unidades léxicas » y se presentan los distintos tipos de neología y los diversos procedimientos existentes que la permiten.

Según lo observado, la distinción que se establece entre los dos términos que nos ocupan está fundamentada en una oposición pertinente entre el proceso y el producto [31, p.10], entendiendo la neología como proceso y el neologismo como producto. Siguiendo con este par terminológico, J. Bastuji [10, p. 23] concluye que los neologismos son simples unidades léxicas nuevas, mientras que la neología es un sistema que corresponde con su creación, marcación y empleo.

Según Azorín y Sánchez [64, p. 26] autoras del Diccionario de neologismos del español actual (NEOMA), « para identificar un neologismo se han de combinar varios

criterios : el cronológico, el psicolingüístico, el de la inestabilidad sistemática y, finalmente, el lexicográfico ».

El estudio de la neología, ubicado en el ámbito del cambio lingüístico, debe tener en cuenta todos los niveles de la lengua: el fonético-fonológico, el morfo-sintáctico y el léxico-semántico. El problema reside en decidir qué unidades podemos considerar neológicas. La mayoría de autores que han trabajado en el campo de la neología coinciden en que la cualidad neológica de una palabra se debe medir desde un punto de vista cronológico, espacial y psicolingüístico [31, p. 12-13].

Una vez resuelto el problema de qué unidades considerar neológicas, nos encontramos con otro dilema : ¿cómo se sabe cuándo una palabra es o deja de ser neológica? Para dar cuenta del fenómeno neológico es necesario estudiar las modificaciones de la estructura léxica desde un punto de vista sincrónico definido en relación con el objeto de estudio. Sin embargo, también se debe tener presente el punto de vista diacrónico para poder analizar las diferentes etapas evolutivas del léxico en cuestión.

Es posible establecer unos criterios de aceptabilidad del neologismo, puesto que guarda estrecha relación con la pragmática lingüística, en concreto con la sociolingüística y la psicolingüística. Guerrero [31, p. 14] en su monografía, apunta que « El neologismo ha de respetar un cierto número de criterios para que sea aceptable en el plano lingüístico y reciso en el plano terminológico ». A continuación, vamos a exponer cuáles son los criterios de aceptabilidad lingüística y de aceptabilidad terminológica que establece [31, p. 14].

Siguiendo a Auger y Rousseau [8, p. 38] se pueden establecer cinco condiciones para que un neologismo puede ser aceptado lingüísticamente.

1. La primera condición es la conformidad al sistema de la lengua, es decir, el neologismo debe ser fiel a las estructuras ortográficas y fonológicas de la lengua estándar.
2. En segundo lugar se refieren a la amplitud semántica, que consiste en que el neologismo ha de expresar la realidad evitando provocar alusiones molestas y connotaciones peyorativas [8, p. 39].

3. En tercer lugar, establecen el valor de integración en la lengua y consiste en que el neologismo se tiene que poder integrar en el sistema de la lengua desde el plano sintagmático, el plano paradigmático y el plano transformacional.
4. El cuarto criterio es el onomasiológico y consiste en que el neologismo ha de ser la única voz para expresar una noción. Además, las alternativas neológicas para reemplazar un préstamo favorecen su mantenimiento [8, p. 39].
5. El último criterio que presentan es el valor sociolingüístico y consiste en observar la utilidad, la riqueza de expresión, la necesidad y el éxito del neologismo estudiado [8, p. 39].

2.2 Tipos de neología

Suelen distinguirse dos tipos de neología : la neología denominativa y la neología estilística. En base de esa distinción está el criterio de si la creación obedece a una necesidad práctica o a una necesidad expresiva. La neología denominativa reside en la necesidad de nombrar un concepto nuevo ; se apoya en razones de eficacia comunicativa y busca la mejor adecuación para evitar ambigüedades. En esta neología suele dominar el principio de analogía, que impone recursos de formación como la prefijación, sufijación, composición, y otros. La neología estilística, consiste en la búsqueda de la expresividad para traducir ideas no originales de manera novedosa ; está ligada a la libertad de creación y expresión del individuo. Esta suele considerarse como facultad de los escritores pero, sin embargo, todo hablante posee la capacidad de creación neológica. Aunque se trata de una actitud consciente y voluntaria, la libertad de creación no es total porque el creador debe atenerse a una serie de imposiciones por parte del sistema lingüístico [19, p. 34].

Dentro de la neología estilística, los políticos tienden a alargar las palabras y crear neologismos polisilábicos. Estos neologismos suelen estar justificados por su esfuerzo de buscar voces nuevas que expresen lo mismo pero suenen más ampulosas y cultas. 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 [5, p. 39].

Esta técnica de creación, denominada mordazmente por Amando de Miguel [7, p. 54] 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 [7, p. 54].

Matoré G. define el neologismo como « acepción nueva introducida en el vocabulario de una lengua en una época determinada », señala que esa acepción puede manifestarse a través de tres recursos :

- por una palabra nueva que puede ser creada a partir de una onomatopeya o de un nombre de persona ;
- por una palabra ya empleada a la cual se le atribuye un sentido nuevo ;
- por un cambio de categoría gramatical [48, p. 18].

Teniendo en cuenta esta definición y partiendo de la idea saussureana del signo lingüístico como unión de un significante y un significado debemos distinguir dos grandes tipos de neología: la neología formal, de forma, y la neología semántica, de sentido o contenido. Debemos apuntar que Matoré incluye los préstamos dentro de la neología formal.

La neología formal se fundamenta en la creación de nuevos significantes o en la creación conjunta de significantes y significados nuevos. Por lo contrario, la neología semántica consiste en atribuir nuevos significados a significantes ya existentes.

2.3 Procedimientos de creación neológica

Existen diferentes clasificaciones sobre la tipología del neologismo porque la neología, como cualquier otro fenómeno lingüístico, está condicionada por factores multidimensionales. 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*).

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, también han de destacarse dentro de la neología del lenguaje político [50, p. 65].

2.3.1 Neologismos de forma. Alvar Ezquerro [5, 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. Como definición general de la formación de palabras Alvar Ezquerro [5, p. 21] presenta « 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 ». Esta interpretación no solo es aplicable al español, sino a todas las lenguas del mundo. Autor distingue dentro de los procesos de formación de palabras tres grandes categorías, a saber la composición, la derivación y la parasíntesis. Como estos tres procesos para formar nuevas unidades léxicas tienen lugar en la mayoría de las lenguas.

En realidad, Manuel Alvar Ezquerro no es el único autor que establece esta división en tres categorías como punto de partida para su investigación. Tanto autores autónomos Otaola Olano [53], como gramáticas básicas son fieles a esta clasificación.

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*).

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

1) 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 ; esto es, se unen dos elementos independientes de la lengua » [5, p. 42], 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-*. Como en estas lenguas antiguas estos prefijos eran formas libres, a menudo pueden tildarse y lexicalizarse.

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 Ortografía de la lengua española, 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 « enfatizar 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, mencionamos solo a algunos de ellos, los que, siguiendo la clasificación de Guerrero Salazar [29, p.114], son los más frecuentes y productivos en la neología periodística actual. Los clasificamos según sus campos nocionales que representan (Anexo A).

Si analizamos el discurso de los medios de comunicación podemos concretar, basándonos en Montoro del Arco, 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, antidualogante), 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).

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 [29, p. 59].

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).

La sufijación nominal o nominalización [61, p. 56] 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*)

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*: *autodeterminista*, *madridista*, *barcelonista*, *sevillista*, *interista*, *poblacional*, *dotacional*, *objetual*, *maragalliano*, *filmable*, *musicalizable*, *masacrante*, *menospreciante*, *regateador*, *intensificador*.

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*) [31, 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 ». Entre los más frecuentes destacan *-izar*, *-ificar*, *-ionar* o *-ear*: (pendular, mensajear, chatear, masterizar, sponsorizar, recepcionar, tensionar, descongestionar). 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 *idolstrar*).

3) Parasíntesis. La parasíntesis 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 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 » [29, p.205]. De esta manera, todos los derivados que surjan de este proceso de adición serán considerados términos parasintéticos [5, p.71].

- 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 [5, p. 34], 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 [29, p.170].

Almela Pérez clasifica los compuestos en preposicionales, (silla de ruedas, gol de oro, olla a presión, avión a reacción, asesino en serie, cheque en blanco) sintagmáticos y yuxtapuestos u ortográficos, al igual que lo hace Guerrero Salazar « según el grado de fusión entre los elementos del compuesto, los cuales pueden aparecer unidos gráficamente o no » [4, p. 98].

Los compuestos yuxtapuestos u ortográficos, de los que hablaba Almela Pérez, son uniones formales gráfica y fonéticamente, con una lexicalización y gramaticalización total. 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: *buscatesoros, parapenaltis*,

limpiaparabrisas, matamoscas, portagafas, posavasos, cazautógrafos, portavoz, tuercebotas, correlindes, tocapelotas, zampabollos [4, p. 99].

Los más productivos en prensa son los compuestos sintagmáticos binominales (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 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 la prensa española son: *asunto, caso, plan, síndrome, escándalo, operación, efecto y factor*. 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*.

Dentro de la composición Alvar Ezquerro expone siete subcategorías más :

- la sinapsis,
- la disyunción,
- la contraposición,
- la yuxtaposición,
- los prefijos vulgares,
- los prefijos cultos,
- los acortamientos [4, p. 48].

Las diferentes denominaciones revelan que la composición se puede considerar como un proceso de transformación de una estructura sintáctica, o como Alberto Miranda lo dice : « [...] mantendremos el criterio de distinción, atendiendo a cuestiones estructurales. Porque, en efecto, el concepto de composición implica un estadio intermedio entre la palabra y la frase » [3].

La sinapsis combina dos o más elementos léxicos que se unen sintácticamente. Esta unión aparece generalmente bajo la forma de una preposición, con « de » como preposición más frecuentemente utilizada. Una palabra sináptica siempre está compuesta de la misma forma, es decir el determinado seguido del determinante [4, p. 24-27]. Por ejemplo *estrella de mar*. Dos componentes léxicos libres,

respectivamente se unen mediante la preposición *de*. En español la preposición queda invariable.

El segundo proceso de formación de palabras es la disyunción. En el caso de la disyunción, los componentes que intervienen en la composición de la palabra no son gráficamente soldados. Como la sinapsis, también las palabras disyuntivas siempre son lexicalizadas. Otra diferencia notable entre la sinapsis y la disyunción es que la naturaleza de la relación entre los componentes que forman una palabra disyuntiva es semántica y no sintáctica como sí es el caso con las palabras sinápticas [5, p. 27-29]. Ejemplos de la disyunción son : *guerra, civil, activo basura*. El ejemplo muestra claramente que ambos componentes en que existen las palabras no son soldados y que la relación entre ellos es de tipo semántico.

Otro procedimiento para formar palabras se llama la contraposición. Una palabra contrapuesta existe en dos unidades léxicas que, al contrario de la sinapsis y la disyunción donde los componentes pueden sufrir uno o más cambios, siempre se conservan en su totalidad y se unen mediante un guión. La contraposición es un proceso en que normalmente intervienen dos adjetivos. La relación entre los componentes unidos es sintáctica de coordinación [45, p. 30-31]. Por ejemplo, *buque-escuela*. Las dos unidades en que existen ambas palabras se conservan sin cambios ortográficos. Esto quiere decir que las palabras *buque* y *escuela* existen independientemente.

Un cuarto proceso en que se unen dos unidades léxicas es la llamada yuxtaposición. En este proceso otra vez intervienen dos elementos que se unen gráficamente. Resulta que las palabras que son el resultado de formaciones yuxtapuestas siempre son lexicalizadas. Una palabra yuxtapuesta puede estar compuesta de componentes que pertenecen a diferentes clases gramaticales. Por consiguiente, se presenta enumeración de las diferentes composiciones posibles dentro de la yuxtaposición. En los párrafos que siguen se trata únicamente de las posibles combinaciones que pueden llegar a una nueva unidad léxica [5, p. 32].

La combinación más evidente dentro de la yuxtaposición es la de dos sustantivos (*bocamanga*). Ambos componentes existen independientemente en la lengua y

expresan una relación de subordinación. La segunda posibilidad dentro de la yuxtaposición es la composición mediante un sustantivo y un adjetivo, donde el componente adjetivo es el determinante y el componente sustantivo es el determinado [5, p. 33-34]. Ejemplos son : *aguardiente, bienpensante, blanquiverdismo*.

También la combinación de dos adjetivos puede llegar a una nueva unidad léxica en español. La relación entre los dos constituyentes es de naturaleza predicativa. Es decir, el primer adjetivo tiene influencia en el segundo, pues se establece una relación de determinante – determinado [5, p. 36]. Ejemplos son *latinoamericano, centroderecha, mediocentro*. En caso de *latinoamericano* se trata de un americano con rasgos latinos, por eso se puede decir que el primer componente latino influye el segundo componente americano.

La cuarta posible combinación de constituyentes léxicos es la combinación de un adjetivo con un sustantivo. Según Alvar Ezquerro [5, p. 36] esta formación establece una relación de tipo determinante-determinado. *Mediocampo, musicoterapeuta, nacionalcomunismo* son ejemplos de esa combinación.

Después de la combinación de sustantivos y adjetivos siguen las formaciones que consisten por lo menos parcialmente en una forma verbal. Se trata de la combinación

- de un verbo con un sustantivo (pasatiempo),
- de un verbo con un adverbio (tornatrás),
- un adverbio con un verbo (malvivir),
- adverbio y un adjetivo (bienintencionado).

Con los compuestos oracionales se termina la enumeración de las posibles combinaciones dentro de la yuxtaposición. En este caso se trata de compuestos que « introducen un elemento pronominal para identificar al hablante o a la cosa designada » [5, p. 41].

El verbo que acompaña a este elemento pronominal aparece la mayoría de las veces en el imperativo (*hazmerreír*).

La palabra compuesta está formada por el imperativo del verbo hacer, seguida por el pronombre pronominal me y se concluye con el infinitivo del verbo reír. Con la adición de la r, la palabra se adapta gráficamente a la ortografía de la lengua española.

Como quinto proceso de formación de palabras, Alvar Ezquerro [6, p. 42] trata los prefijos vulgares. Estos prefijos unen dos constituyentes que normalmente aparecen independientemente en la lengua. Dentro de esta categoría, distinguen unos subtipos de uniones posibles :

Preposición y sustantivo : *sinvergüenza*

Preposición y adjetivo : *previsible*

Preposición y verbo : *anteponer*.

La penúltima categoría consta en composiciones que se crean mediante prefijos cultos. Se trata aquí de prefijos que solo están considerados como tales cuando se antepone a una base léxica. Por consiguiente también son llamados pseudoafijos o afijoides. Siempre se trata de creaciones léxicas muy recientes [6, p. 46].

Por ejemplo : *narcoterrorista*. El prefijo *narco*, que se antepone a la base léxica *terrorista*, se convierte en un prefijo culto.

Según el diccionario de la Real Academia, la palabra significa « una persona que trafica con estupefacientes » [73].

Cabe destacar el acortamiento como última categoría importante dentro de la composición. Se trata aquí de la supresión de constituyentes con la finalidad de crear una nueva unidad léxica. Dentro de esta categoría se distinguen el abreviamento, acronia y siglas [6, p. 47.].

Abreviamento es una reducción del cuerpo fónico de la palabra, generalmente por apycope. La palabra *foto* ilustra perfectamente el proceso de abreviamento.

Acronia es un procedimiento que se une el comienzo de una palabra con el final de otra. La palabra informática se une el comienzo de la palabra información y automática.

5) Siglación o acronimia. Las siglación 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».

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 » [51, p. 65].

Alvar Ezquerro [4, 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.

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 [22, 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.

6) Cruces léxicos. Los cruces léxicos son para algunos autores lo que para otros es acronimia, 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 [29, 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.

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*).

2.3.2 Neologismos de sentido. Llamamos neologismos de sentido o neologismos semánticos a « los nuevos significados que existen en significantes ya existentes » [29, 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 semántica 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 », – según Fernández [25, p. 76].

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 revitalización 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 nuestra idioma.

1) Metáforas. 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 » [29, 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, la metáfora es un recurso muy eficaz « para embellecer, hacer más atractivo, diferenciar o dar apariencia de cultura al discurso periodístico » [50, p. 257].

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 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 etcétera.

Basándonos en la investigación de Guerrero Salazar [29, p. 227], 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 » [29, p. 227].

Los medios de comunicación, y la prensa en concreto, contribuyen a que todos estos términos se integren en la jerga del lenguaje cotidiano.

2) Metonimia. Es 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 nombre de otra con la cual exista una relación de dependencia o causalidad. Según el Diccionario de Real Academia Española (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. 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.

2.3.3 Neologismos externos. 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 mundo. Así pues, gran parte del enriquecimiento neológico de nuestro idioma se lo debemos a los préstamos lingüísticos. 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*) etc.

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.

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 xenismos (como *graffiti, marketing, airbag, surf, yihad*).

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 Llamazares 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 lo sabía -ni usaba, por supuesto, las mallas adecuadas-, no me sirvió de nada. En mi ignorancia, creía que hacía gimnasia » [78].

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. 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 : *chat, click, web, software, output, surf, basket, sport, sprint, chutar, córner, penalti*.

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, puzle*, y un largo etcétera.

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 [31, p. 38].

Conclusiones de la parte 2

En conclusión, cabe destacar que la neología es una ciencia característica para cada lengua que sigue desarrollándose. Basándose en nuestros estudios, podemos concluir que los neologismos son objeto actual de los estudios de muchos científicos.

Existen tipologías diferentes de la ciencia neológica. Según una de ellas, hay neología denominativa y estilística. La mayoría de los investigadores coinciden en distinguir fundamentalmente los neologismos que siguen procedimientos internos y los neologismos que siguen procedimientos externos. Entre los primeros distinguen neologismos de forma (prefijación, sufijación, parasíntesis, composición, siglación, acronimia) y de sentido (metáfora y metonimia). Las voces neológicas que resultan más extendidos son de sufijación y prefijación. Entre los externos el primer puesto ocupan los préstamos.

PARTE 3.

INTERPRETACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En el aspecto 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 y cambios sociales en la vivimos hoy en día.

Según los estudios de Mar Pascual Ortuño para asegurarse de que estamos ante una palabra neológica es preciso introducir un 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 [51, p. 85]. Así pues, atenderemos como Almela [4, p. 23] a su criterio temporal y, como Alvar Ezquerro y el Observatorio OBNEO [5, 59] a su criterio lexicográfico según el cual una palabra se considera neologismo 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. La información mencionada nos ayudó en proceso de nuestro análisis práctico.

3.1 Las voces neológicas con marca temática « Política »

A continuación, vamos a enfrascarnos en el análisis de los neologismos bajo la marca temática « Política ». En curso de análisis hemos usado el Diccionario de neologismos de español actual (NEOMA) y periódicos digitales como fuentes de las palabras neológicas tales como : El País, El Mundo, La Verdad, Diario Información, La Opinión de Murcia.

Los estudios son presentados en gráficos con comentarios aclaratorios. La tarea principal del análisis es repartición del léxico en grupos temáticos y también según criterio de aparición o de formación de los neologismos lo que ya es mencionado en dos partes teóricas.

El diccionario NEOMA forma parte del proyecto *Actualización del léxico del español en la prensa de Murcia y Alicante*, financiado por la Fundación Séneca (Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia). Es un recurso electrónico en el que se recogen las nuevas voces del español usadas en la prensa de Murcia y Alicante. Los fuentes esenciales de los neologismos son periódicos *La Verdad (edición de Murcia, edición de Alicante)*, *Diario Información*, *La Opinión de Murcia*. Publicaciones con datos de 2014-2016.

El Diccionario de los neologismos de español actual nos registra aproximadamente 117 palabras neológicas bajo la marca temática de la « Política ». Hemos analizado estas voces teniendo en cuenta diferentes aspectos. Primero, lo que queremos destacar es la subdivisión temática de voces mencionados. Más adelante nosotros vamos a presentar unos ejemplos de neologismos con marca temática « Política » que van a figurar en clasificaciones, gráficos y tablas que siguen en otros apartados. La información incluye :

1. La palabra
2. La definición
3. Proceso de formación
4. Contexto en que aparece la voz.

Alartista (adj., m. y f.) – que defiende o es partidario de la ideología o el entorno político-social de Jorge Alarte, secretario general del Partit Socialista del País Valencià-PSOE [70].

Formado por sufijación. Relativo a nombres de persona : Jorge Alarte, secretario general del PSPV-PSOE.

Contextos

El 11/04/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

« *Ahora está por ver si existe predisposición para vencer las resistencias que se oponen a su designación, que van desde los síndicos **alartistas** hasta el frente leermista valenciano, que no quieren darle más protagonismo a los afines a Leire Pajín, como es su caso* » [81].

Anticampista (adj.) – contrario a Francisco Camps, presidente de la Generalitat valenciana desde el 2003 hasta el 2011 [70].

Formado por prefijación. La base **campista** también es neológica.

Contextos

El 11/05/2011 en Información

« *Ambas actitudes quedaron manifiestas durante el periplo que el presidente autonómico del PP y candidato a presidir la Generalitat realizó ayer por Santa Pola, Dolores y Elche, en lo que suponía su primer desembarco en la provincia de Alicante, al quinto día de campaña electoral y con lugares cuidadosamente escogidos por afinidad y para asegurarse el lleno, buena parte del cual ya venía garantizado por la numerosa cohorte de la que se rodeó Francisco Camps: ... eurodiputados; varios alcaldes afines de la zona; el mencionado presidente de la Diputación de Alicante, anticampista en horas bajas, y personal de confianza» [76].*

Desindicalización (f.) – retiro de los sindicatos del mercado laboral [70].

Formado por prefijación y sufijación (parasíntesis)

Contextos

El 21/10/2012 en La Opinión de Murcia

« *La desregulación y la **desindicalización** del mercado de trabajo británico cambiaron el panorama, y la clase media ya no es lo que tenía que ser* » [79].

Cuotapartícipe (m. y f.) – persona natural o jurídica que, mediante un aporte monetario, ha adquirido cuotas de participación en un fondo de inversión [70].

Formado por composición

Contextos

El 21/02/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

« *5 del folleto de emisión de las cuotas participativas de 26 de junio de 2008, en donde se exponen los derechos económicos que éstas confieren a los **cuotapartícipes**, según han informado fuentes de la asociación* » [81].

Paleocomunista (adj.) – que practica una forma de comunismo considerada anticuada [70].

Formado por composición culta

Contextos

El 21/12/2011 en La Verdad - Edición de Alicante

« *Su abuelo, Kim Il-sung, libró la guerra contra el Sur en 1950-53, creó el régimen y lo convirtió en una dictadura **paleocomunista**, hermética y nacionalista que es la expresión perfecta del fracaso económico y social en el mundo entero* » [75].

Conseller (–ra) (f. / m.) – miembro de una consejería [70].

Préstamo del catalán. Equivalente español: consejero

Contextos

El 11/12/2012 en La Opinión de Murcia

« *Al final de la concentración, el presidente de la Generalitat, Artur Mas; la **consellera** de Educación, Irene Rigau, y el conseller de Cultura, Ferran Mascarell, han recibido a los portavoces de la coordinadora Somescola.cat en la entrada principal del Palau de la Generalitat* » [79].

Clúster (m.) – conjunto de empresas que trabajan juntas para planificar y compartir recursos [70].

Préstamo adaptado del inglés (del inglés cluster)

Contextos

El 29/11/2011 en La Verdad de Murcia

« *El alcalde presenta en el foro Smart City Expo el proyecto del « **clúster** » que aglutinará a empresas de tratamiento de residuos en Cañada Hermosa* » [80].

Burbuja (f.) – sobrevaloración del precio de un activo en un proceso en el que se desprecian los riesgos que puede ocasionar una futura bajada [70].

Neologismo semántico. Registro en diccionario DRAE 2014 [73].

Contextos

El 29/11/2011 en La Verdad de Murcia

« *Aunque los problemas de fondo que afectan a la economía española son la deuda heredada de la **burbuja** inmobiliaria en el ámbito privado y los cinco millones de parados* » [80].

Pesoe (m.) – partido político español de ideología socialista que se sitúa en el centroizquierda [70].

Formado por siglación. Sigla de Partido Socialista Obrero Español.

Contextos

El 21/11/2011 en Información

« *La prueba es cómo ha quedado la prima de riesgo del **pesoe** para los próximos ejercicios* » [76].

Primarias (f.) – elecciones para elegir candidato a otras elecciones [70].

Formado por abreviación. Elipsis semántica de elecciones primarias.

Registro en diccionario DRAE 2014 [73].

Contextos

El 21/01/2012 en La Opinión de Murcia

« *Una apuesta clave es la de las **primarias** abiertas para elegir al candidato a la presidencia del Gobierno* » [79].

Advergaming (m.) – técnica de publicidad de un producto a través de la creación de un juego [70].

Procedimiento de formación. Préstamo del inglés.

Procede del inglés advertising y game.

Contextos

El 21/06/2012 en Información

« *My Avatar Dreams es la plataforma de **advergaming** de la compañía de marketing global adSalsa* » [76].

Autorrescatar (v.) tr. – aportar un país dinero público para el rescate de su propio sistema bancario [70].

Formado por composición culta

Contextos

El 11/06/2012 en La Verdad de Murcia

« *Como se ha hecho en otros países que han **autorrescatado** a parte de su banca, como el Reino Unido, la citada comisión se encargaría de controlar las ayudas y de formular continuamente propuestas para que el dinero llegue a quienes tiene que llegar, que son los ciudadanos* » [80].

Beachworking (m.) – actividad consistente en hacer negocios o comenzar relaciones laborales en la playa o en cualquier otro lugar no típicamente laboral [70].

Préstamo del inglés.

Contextos

El 01/04/2013 en La Verdad de Murcia

« *La Manga se apunta al **beachworking*** » [80].

Blue chip (m.) – en la bolsa, empresa estable con alto nivel de liquidez [70].

Procedimiento de formación. Préstamo del inglés

La palabra blue hace referencia a las fichas azules, las de más valor, de los casinos.

Contextos

El 01/03/2012 en La Verdad de Murcia

« *El resto de **blue chips** también se tiñeron de rojo, con más intensidad Endesa (-1,56%) e Iberdrola (-0,74%)* » [80].

El 01/06/2012 en La Verdad de Murcia

« *También los otros **blue chips** subieron, reduciendo las pérdidas del selectivo español: Telefónica subió un 1,02% como respuesta a sus planes de sacar a Bolsa su negocios en Alemania y en América Latina, mientras que Iberdrola se apuntó un 0,62%.* » [80].

El 11/01/2013 en La Opinión de Murcia

« *Los **blue chips** han sostenido al selectivo* » [79].

Catastrazo (m.) – subida brusca del valor catastral de viviendas y otros inmuebles [70].

Formado por sufijación

Contextos

El 01/06/2012 en La Verdad de Murcia

« *La última ponencia de valores catastrales aprobada por el Ayuntamiento se remonta a 2001, el primer año en que empezó a aplicarse el **catastrazo** impulsado por el ministro de Hacienda Rodrigo Rato* » [80].

Desapalancamiento (m.) – disminución del endeudamiento de una empresa o entidad [70].

Formado por prefijación

Contextos

El 11/04/2013 en La Verdad de Murcia

« *En su opinión, en España se tiene que producir un **desapalancamiento**, que comenzó en el segundo trimestre de 2012 y que va a significar que el volumen de créditos en el balance de los bancos va a disminuir durante este año y el que viene* » [80].

Desenladrillador (m.) – en el mercado inmobiliario : Lo que soluciona la crisis de la construcción [70].

Formado por sufijación. Neologismo semántico.

Se crea a partir del uso figurado de ladrillo con el significado de construcción (metonimia).

Contextos

El 11/03/2013 en La Verdad de Murcia

« *El mercado inmobiliario sigue sin encontrar su **desenladrillador*** » [80].

Due dilligence (f.) – proceso de recopilación de todo tipo de información sobre una empresa para valorar su compra [70].

Procedimiento de formación. Préstamo del inglés

Contextos

El 12/12/2011 en Información

« *No hay cifras, tenemos que analizar bien la futura fundación y conocer bien la Obra Social, porque es un tema que no hemos trabajado todavía ya que no estaba en la **due dilligence*** » [76].

Emprendedurismo (m.) – proceso mediante el cual una persona convierte su idea en un proyecto concreto que genera beneficios social o económicamente [70].

Formado por sufijación

Contextos

El 21/10/2011 en Información

« La Concejalía de Empleo lanza una experiencia piloto para fomentar el **emprendedurismo** entre alumnos de 16 a 18 años de centros de Elche » [76].

El 21/02/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

« El catálogo de oportunidades incluye acciones en centros de educación Secundaria, medio ambiente, **emprendedurismo** universitario, centros penitenciarios y mujeres en situación de exclusión social » [81].

El 11/03/2012 en Información

« El parque empresarial de Elche es uno de los focos económicos principales y fiel reflejo de lo que ha significado el **emprendedurismo** ilicitano, el carácter y el espíritu emprendedor de esta ciudad » [76].

El 11/06/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

« Los Premios al Emprendedor del Mes están contribuyendo a impulsar el **emprendedurismo** y a fomentar las oportunidades de autoempleo de los jóvenes » [81].

El 11/06/2012 en Información

« No tenemos competencias directas en la creación de empleo, pero a pesar de las ayudas para este fin hurtadas por otras administraciones, desde el Ayuntamiento se están promoviendo políticas encaminadas a la creación de puestos de trabajo, al **emprendedurismo** y al empleo de los más desfavorecidos socialmente » [76].

El 21/10/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

« El alcalde alaba el **emprendedurismo** de la clase trabajadora del municipio, ya que « no desiste y se encuentra en constante movimiento para buscar donde reubicarse, ya sea en el sector industrial, en las plantas turroneas o heladeras, o en el sector servicios, pues de la construcción hace ya años que poco o nada se sabe » [81].

El 21/12/2012 en Información

« En esta cartera se han presupuestado 100.000 euros « para acciones de incentivación del **emprendedurismo** del personal y estudiantes » [76].

Euríbor (m.) – índice de referencia que indica el tipo de interés promedio al que las entidades financieras se ofrecen a prestar dinero en el mercado interbancario de la zona euro [70].

Formado por acronimia. Acrónimo de Europe Interbank Offered Rate.

Registro en diccionarios DRAE 2014

Contextos

El 01/05/2012 en La Verdad de Murcia

« *El euríbor baja en abril y abarata las hipotecas en 600 euros al año* » [80].

Euroletra (f.) – título de deuda pública de la eurozona [70].

Formado por composición culta

Contextos

El 11/09/2012 en La Opinión de Murcia

« *España propone **euroletras** en la primera fase de Unión Fiscal* » [79].

Excompañía estatal (f.) – empresa que ha dejado de ser propiedad del Estado [70].

Formado por prefijación

Contextos

El 22/04/2012 en Información

« *El gran poder de atracción que tuvo en 2011 la Costa Blanca entre el turismo ruso, convencional y, sobre todo para los inversores inmobiliarios, ha hecho posible que El Altet doble su oferta de vuelos directos con Moscú a partir de junio con dos vuelos regulares diarios operados por Siberia Airlines, que ya conecta la Costa Blanca y Rusia tres veces por semana, y la **excompañía estatal** Aeroflot, que comenzará a operar entre Alicante y el aeródromo de Sheremetievo* » [76].

Hispabono variantes : hispanobono (m.) – título de deuda de las comunidades autónomas avalados por el estado [70].

Formado por acronimia. Acronimia de hispano y bono.

Contextos

El 01/06/2012 en La Verdad de Murcia

« *Quizá porque se quiere acompañar de las medidas de apoyo del Estado central, bien con avales a sus emisiones, bien con el diseño de **hispabonos** con una fuerte condicionalidad para las autonomías* » [80].

El 21/07/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

« En numerosas ocasiones desde la Conselleria de Hacienda y desde otras comunidades autónomas, como Cataluña, se ha apelado al mecanismo de los **hispabonos** u otro similar para responder a las peticiones de pago que les han llegado desde muchos colectivos, como los dependientes, el sector educativo o las farmacias » [81].

Infrapresupuestación (f.) – elaboración de un presupuesto contando con menos dinero del requerido para los gastos [70].

Formado por prefijación

Contextos

El 21/01/2013 en La Verdad - Edición de Alicante

« No puede hablarse de problemas de insostenibilidad de la Sanidad Pública, a la que se dedican presupuestos cada vez menores, sino de una sistemática **infrapresupuestación** de la misma, lo que provoca problemas asistenciales cada vez mas importantes, han denunciado » [81].

Intertrimestral (adj.) – que se obtiene por comparación entre una cantidad referida a un trimestre y la correspondiente a otro [70].

Formado por prefijación

Contextos

El 01/07/2012 en La Verdad de Murcia

« Impulsado por un aumento en las exportaciones, el turismo y el consumo interno, el PIB creció un 2,4% **intertrimestral** en los primeros tres meses del año para llevar la expansión anual a un 4,5%, el más alto desde el primer trimestre desde 2008 » [80].

Medicamentazo (m.) – exclusión de medicamentos de la financiación pública [70].

Formado por sufijación

Contextos

El 01/07/2012 en La Verdad de Murcia

« Esa reducción se sumaría a otros 15 millones de ahorro por la entrada en vigor, en agosto, del **medicamentazo** » [80].

Pelotazo (m.) – operación económica, normalmente de carácter especulativo, con la que se consigue un enriquecimiento rápido sin reparar en la legitimidad de los medios empleados [70].

Neologismo semántico. Registro en diccionario DRAE 2014

Contextos

El 29/11/2011 en La Verdad de Murcia

« *La tesis doctoral del **pelotazo** » [80].*

Reaganomics (f.) – política económica aplicada por el presidente Ronald Reagan en los años 80 en Estados Unidos [70].

Procedimiento de formación. Préstamo del inglés

Contextos

El 21/10/2012 en La Opinión de Murcia

« *Pero, desde el inicio de las **reaganomics** (la política económica de Ronald Reagan) a principios de los años 80, la renta de las familias de clase media y baja ha registrado crecimientos cero o negativos » [79].*

Recapitalizar (v. pron. / v. tr.) – aumentar el capital de una entidad bancaria o empresa para garantizar el valor de sus activos [70].

Formado por prefijación

Contextos

El 21/06/2011 en La Verdad - Edición de Alicante

« *Dicha norma prevé la posibilidad de que las entidades que opten por la inversión privada para **recapitalizarse** puedan solicitar una prórroga de tres meses, ampliable a seis en los casos de procesos de admisión a cotización, dijo el gobernador » [81].*

El 11/08/2011 en Información

« *Firma el plan de ajusteSola en un escenario de reordenación en el que ya se habían cerrado la mayoría de procesos de concentración, con un deteriorado balance por su excesiva exposición al sector del ladrillo y con la necesidad de **recapitalizarse**, Caja Mediterráneo tuvo que diseñar un plan de negocio para acogerse a las ayudas del*

FROB que le permitieran operar en solitario y alcanzar los mínimos de solvencia (10%) »[76].

El 01/05/2012 en La Verdad de Murcia

*« Ayer, el ministro volvió a insistir en que «España no tiene ninguna intención de acudir ni al FESF (Fondo Europeo de Estabilidad Financiera) ni a ninguna otra instancia para **recapitalizar** bancos » [80].*

El 11/11/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

*« Hace una semana, el Banco de España confirmó que el Popular era capaz de **recapitalizarse** por sus propios medios » [81].*

Tasazo (m.) – aumento brusco e inesperado de las tasas [70].

Formado por sufijación

Contextos

El 22/04/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

*« Y pobre del que repita, porque el **tasazo** será de órdago, hasta pagar, en el peor de los supuestos, el 100% de lo que cuesta una plaza universitaria por curso y que ronda los 6 » [81].*

El 21/07/2012 en La Verdad - Edición de Alicante

*« La compañía de bajo coste Ryanair planta cara al « **tasazo** » del Gobierno que afecta a la navegación aérea y que está vigente desde el pasado día 1 » [81].*

Tijeretazo (m.) – recorte brusco en inversiones y gastos en el ámbito financiero [70].

Neologismo semántico

Contextos

El 29/11/2011 en La Verdad de Murcia

*« Numerosas asociaciones que prestan servicios sociales y de ayuda a los necesitados protestaron a principios de año por los recortes que se aplicaron a raíz de la « ley del **tijeretazo** » » [80].*

El 01/10/2013 en La Opinión de Murcia

*« **Tijeretazo** a las inversiones » [79].*

Unilocalizado -da (adj.) – relativo a empresas con un único punto de venta [70].

Formado por prefijación

Contextos

El 21/01/2013 en La Verdad - Edición de Alicante

« *El mayor descenso de las ventas lo registraron las pequeñas cadenas (-11%), seguidas de las empresas **unilocalizadas** (-9,9%), las grandes superficies (-9,7%) y las grandes cadenas, que redujeron su facturación un 2,7%. » [81].*

El 01/08/2013 en La Verdad de Murcia

« *Los datos publicados ayer por el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre el Índice de Comercio al por Menor (ICM) «evidencian que la crisis del consumo está poniendo en especiales dificultades a los trabajadores autónomos que regentan los comercios minoristas, también denominados **unilocalizados**, así como a las pequeñas cadenas comerciales», según la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de Murcia (UPTA) » [80].*

3.2 División temática de los neologismos.

Al estudiar la división temática de los neologismos por Ostrovska Y.K. y Zatsnyi Y.A. [40, 54] hemos generado nuestra propia repartición del léxico neológico. Se puede ver más en la tabla 3.2 División temática de los neologismos (Anexo B).

- I. El primer grupo que es el más extenso es « que defiende o es partidario de una ideología político-social de un político » : *aznarismo-aznarista, burukide, campismo-campista, centroizquierdista, chaconista, chavismo-chavista, ciscarismo-ciscarista, econacionalista, fraguista, foralista, ferollista, gadalista, griñanista, guerrista, juancarlista, lepenista, lermismo-lermista, monclovista, pepero, pajinista, palecomunista, prokurdo, rajoismo-rajoista, rubalcabismo-rubalcabista, sorayo, valcarcista, zapaterismo, zaplanosmo-zaplanista.*
- II. La unidad segunda es contraria a la primera y tiene significado de « que no está a favor de un movimiento político o social » : *arridismo, apartidista,*

antitrasvasismo, antisirio, antipastelero, antilermismo, anticonstitucionalidad, anticampista, antineoliberal, antieuropeo.

III. El tercer grupo tiene marco semántico de « la vida internacional » : *euroesceptismo, eurogrupo, europarlamento, eurosistema, antiinmigración, antimigratorio, macroministerio, ministeriable, proeuropeo, euroesceptismo.*

IV. La última parte consta de « otros voces que tienen relación a política » : *austercidio, hacktivista, cabildicio, caucus, chipriotazo, superregulador, consell, coportavoz, cuasiconstituyente, síndic, desindicalización, kale borroka, entreguismo, estelada.*

Cabe destacar que existe una morfología de palabras de cada partición. Por ejemplo, en primer grupo todas las voces son formados por sufijos *-ista* (significado de una persona), *-ismo* (nombre abstracto) de nombres propios de políticos: *Jose María Aznar – aznarista, Francisco Camps – campismo.*

Con referencia al segundo grupo entendemos que el prefijo *anti-/a-* crea el efecto de contrariedad: *campista – anticampista, liberal – antineoliberal.* Y por último, el grupo con marca temática « La vida internacional » se forma con ayuda del prefijo *euro-*, en otras palabras indica la relación con el mundo Europeo: *européista, eurosistema.*

3.3 Neologismos internos

Partiendo de los tipos de neologismos explicados en el apartado teórico, podemos analizar los 117 voces sacados de periódicos españoles y registrados en NEOMA [70] o en Diccionario de la lengua española (DRAE) [73]. Se puede observar que los neologismos políticos del diccionario de neología pertenecen a tres grandes grupos: neologismos de forma, neologismos semánticos y préstamos.

Ordinariamente, se tiende a pensar en la neología como la importación de palabras de otros idiomas, más de un 90% de los neologismos políticos que hemos encontrado en nuestro análisis son internos, en otras palabras, han sido creados a partir de

modificaciones morfológicas y semánticas dentro de sistema lingüístico español (Anexo C).

Al hacer análisis cuantitativo nosotros hemos hecho gráficos que muestran la productividad de cada tipo de neologismos (Anexo D):

Los neologismos que son más frecuentes son de forma – 87 palabras(75%), después siguen préstamos – 20 voces(24%) y neologismos semánticos – 10 palabras (1%). El gráfico 3.2 refleja esa información.

A continuación cabe prestar atención a los procesos de formación del léxico nuevo. Nos interesa la prefijación, la sufijación, la parasíntesis, composición y siglación o abreviación. Según los datos tomados de NEOMA [63] la sufijación y la prefijación son los procesos de formación más productivos. De los 100% de neologismos, un 54% está formado por el proceso de sufijación y un 47% por el proceso de prefijación. A estos dos procesos, que lideran la formación de voces neológicas, les siguen la parasíntesis con un 5%. Los demás procesos de formación de neologismos tales como, la composición (*cuasiconstituyente, centroizquierdista*), la composición culta (*austercidio, paleocomunista*), la siglación o la abreviación (*generales, haktivista, pesoe*) no son tan frecuente aunque a veces aparecen en periódico (Anexo E).

3.3.1 La sufijación. La sufijación encabeza la lista de productividad de los procesos de formación y esto puede ser explicado por su facilidad y comodidad de creación. Como ya sabemos, la sufijación consiste en la adjunción de un sufijo a un término de base, manteniendo su categoría gramatical o cambiándola. A continuación ofrecemos un gráfico 3.4 (Anexo F) que muestra la productividad de diferentes sufijos. El siguiente gráfico se ha generado teniendo como base los 47 neologismos formados mediante sufijación.

Entre todos los sufijos se destacan *-ista* e *-ismo* por su gran productividad en el vocabulario político respecto a los demás. Según Seco, *-ismo* es un « sufijo de sustantivos abstractos que significa modo, sistema o doctrina ». Muestra de tales voces es el caso del neologismo *lermismo, ciscarismo, aznarista, zaplanista*. En la parte anterior ya hemos dividido todas las palabras en grupos temáticos y el grupo con sufijos *-ista, -ismo* es el más extenso.

Es importante señalar que estos dos sufijos generalmente crean parejas de términos. Mientras que el sufijo *-ismo* crea neologismos con el sentido de « idea » o « doctrina », el sufijo *-ista* forma neologismos con el sentido de « partidario ». Este último puede crear palabras que funcionen como sustantivo y adjetivo, mientras que el primero siempre crea palabras que pertenecen a la categoría gramatical de los sustantivos.

Es importante mencionar sufijos aumentativos *-azo* y diminutivos *-illa*, y también 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, 77].

« A Harpagón le van a reventar, otra vez, la arquilla en la que acumulaba el dinero » [El Mundo 20-IV-15, 77].

« La operación Rato es la primera que se conoce con esta aparatología de la Agencia. ¿Qué fue del caso del clan Pujol? » [El Mundo 18-IV-15, 77].

Gracias a nuestro análisis de los periódicos El País y El Mundo podemos notar la sufijación apreciativa como una de las más frecuentes en las columnas de opinión que en la información seca. Uno de los sufijos más productivo 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, 77].

« 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, 77].

3.3.2 La prefijación. A continuación, vamos a analizar la productividad de prefijos. Por lo general, como apunta Guerrero [31, p. 26], las formas prefijadas se desarrollan en vocabularios especializados y pasan con cierta frecuencia al léxico

común y, en consecuencia, los diccionarios recogen las formas neológicas. El gráfico 3.5 (Anexo G) que muestra cuáles son los prefijos más productivos en la creación de los neologismos políticos.

Se puede ver que el prefijo *anti-* resulta ser más productivo. El prefijo *anti-* tiene el significado de contrariedad, negación, oposición lo que sucede muy a menudo en la esfera de político especialmente durante periodos de elecciones. Este prefijo puede adjuntarse tanto a bases nominales como a bases adjetivales. Consideramos importante mencionar el amplio uso del prefijo *anti-* frente al nulo uso del prefijo *contra-* en el ámbito político, puesto que, a pesar de que ambos aporten un sentido de oposición, no pueden usarse indistintamente. La cosa es que el prefijo *contra-*, además de oposición, puede presentar un valor negativo que implica una anulación de la base (*contrainsurgencia*).

Según nuestro análisis de periódicos El País y El Mundo es preciso mencionar prefijos *in-* en adjetivos y *des-* en verbos de acción que también aportan un sentido de contrariedad, oposición y negación:

« *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, 77].

« (...) *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, 77]

« *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, 77].

Otro de los prefijos con mayor presencia en nuestra selección de neologismos es *pro-*, que se usa en oposición al prefijo *anti-*, es decir, posee un sentido de « defensa » o « favorable a » (*proeuropeo*).

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, 77].

« 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 sueldazos que Rato y otros Ratos como él se **autoasignaban** » [El País 26-IV-15, 78].

Un prefijo más que es bastante productivo en la política internacional es *euro-* (*euroesceptismo*, *europarlamento*). Los prefijos mencionados muestran la relación con el mundo europeo, indica el lugar donde pasan acontecimientos políticos. Unos científicos consideran *euro-* como prefijoide o pseudoprefijo.

Aunque la prefijación y la sufijación son procedimientos neológicos de forma muy productivos en la política, la parasíntesis también tiene lugar en columnas de política. Un ejemplo convincente es la palabra *despatrimonialización*.

« 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, 78].

3.3.3 La composición y composición culta. El proceso de formación el que sigue es la composición y composición culta. Queremos prestar atención a éstos dos procesos. Según el gráfico 3.3, otros procesos de formación de los neologismos constan 10% de los cuales son 5% para composición culta y 4% para composición.

La composición, en rasgos generales, consiste en la unión de dos bases, ya sean simples o complejas : por ejemplo, el neologismo *cuasiconstituyente* que se ha formado a partir de la suma de los casi y constituyente. La composición culta consiste en el mismo proceso de adjunción, pero al menos una de las dos palabras debe ser grecolatina, como es el caso de *macroministerio*, que se ha creado mediante la unión del elemento composicional de procedencia griega macro y ministerio. Se puede decir que la composición culta en mayoría de los casos se reserva para la creación de palabras científico-técnicas como *euroesceptismo*, *geoestratégico*, *paleocomunista*.

Dentro de la composición cabe mencionar la abundancia de los compuestos sintagmáticos binominales. Se trata de compuestos libres cuyos términos son independientes el uno del otro, pero juntos poseen un significado diferente. A veces se presentan con un guion entre ellos. Adelante mostramos ejemplos del periódico El País :

*« 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, 78].

*« 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, 78].

Hay casos cuando se usa nombres propios para formar la palabra compuesta. Para referirse a un mismo concepto también se utilizan compuestos binominales, como por ejemplo los hechos 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, 77].

*« 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, 78].

3.3.4 La siglación y acronimia. Dos procedimientos de formación que ocupan 1-2% son siglación y acronimia. Hay solamente unos ejemplos para esos dos procesos.

Según Guerrero [31, p. 34], la siglación es « la formación obtenida mediante la yuxtaposición de iniciales de un enunciado o sintagma y que es distinta de cada una de las palabras que la originan y a las cuales sustituye ». El único neologismo registrado en NEOMA [63] formado por siglación es *pesoe*, definido como « Partido político español de ideología socialista que se sitúa en el centroizquierda ». Estamos ante un caso de siglación mixta, puesto que no utiliza solamente las iniciales del sintagma para formar el neologismo. Como sucede con la mayoría de términos formados a partir del proceso de siglación, las siglas de este neologismo se han lexicalizado y eso hace innecesario su

desciframiento literal puesto que se identifica con un determinado significado, en este caso se identifica con Partido Socialista Obrero Español.

Según nuestro otro análisis hacemos la conclusión que la cantidad de siglas y acrónimos en prensa es estimable. Su uso está bastante estandarizado por eso a veces dudamos si podemos considerarlos neologismos.

La siglación es el principal método de creación de nuevas palabras para designar partidos, formaciones, instituciones y organismos de todo tipo.

Todos los partidos políticos actuales 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 :

« *A Felipe, con el Gal (Grupos Antiterroristas de Liberación) ; 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, 77].

« *Los resultados de la encuesta del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) 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, 78].

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 año 2014 [73].

Por otro lado, las siglas alfanuméricas que nombran movimientos sociales, organizaciones institucionales y fechas significativas quedan cada vez más frecuentes en la prensa política.

« *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, 77].

« *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, 78].*

« *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, 78].*

Hactivista es el único neologismo que registra NEOMA formado por acronimia. Según Guerrero [31, p. 35] este proceso consiste en « el proceso de creación de palabras nuevas que son el resultado de la fusión mediante truncamientos iniciales o finales ». Este neologismo está compuesto por el inicio del sustantivo *hacker* y el final del sustantivo *activista*. *Hacker* a su vez es una palabra adaptada del verbo inglés *to hack*, y define este término como « Persona experta en el manejo de computadoras, que se ocupa de la seguridad de los sistemas y de desarrollar técnicas de mejora » [67]. Por su parte, *activista*, sustantivo recogido en este mismo diccionario académico, se define como « Militante de un movimiento social, de una organización sindical o de un partido político que interviene activamente en la propaganda y el proselitismo de sus ideas ». En la definición del neologismo que estamos tratando se ven reflejados los significados de ambos términos que lo componen. Según NEOMA, *hactivista* es una persona « Que usa su conocimiento como hacker para hacer activismo político a través de Internet ».

3.4 Préstamos

Otro grupo de neologismos son los préstamos. Aproximadamente 20 voces de 117 (24%) son préstamos. Entre préstamos destacamos extranjerismos que ocupan el 95%, mientras que solo un 5% queda para los barbarismos.

El gráfico 3.6 (Anexo I) siguiente muestra qué lenguas son fuentes de los neologismos en español. A través del análisis, observamos el predominio de dos lenguas por encima de las otras: el vasco y el catalán. Así, el catalán y el vasco son las lenguas de las que el español recoge más préstamos según los neologismos de ámbito político

que aparecen en NEOMA. La transferencia léxica se justifica por el contacto y convivencia que se establece entre el español y el catalán y el vasco en el territorio español.

De catalán : *consell – conceller, síndic, president.*

De vasco : *burukide, kale borroka, jeltzale.*

De árabe : *baltagiya.*

De italiano : *fascio.*

De francés : *laissez faire.*

De alemán : *realpolitik.*

De inglés : *caucus.*

En general, existen dos tipos de préstamos: los préstamos adaptados y los préstamos crudos. En nuestro estudio predominan los préstamos no adaptados, es decir, aquellos que no se ajustan a la ortografía ni a la fonología del español, sino que mantienen su forma original. La diferencia es muy significativa : un 90% de neologismos pertenecen al tipo de los préstamos crudos y solamente un 10% son préstamos adaptados.

Las voces neológicas pueden figurar con dos posibles grafías, es decir, la original y la adaptada. El uso más frecuente de palabras no adaptadas relacionan con la modernización y actualización de la lengua, puesto que los préstamos aportan un enriquecimiento neológico.

En comparación con resultados de análisis de NEOMA las deliberaciones del País y el Mundo muestran que 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 :

« 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, 77].

« 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, 77].

« 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, 78].

3.5 Neología semántica

Según el gráfico 3.2 los neologismos de sentido o semánticos ocupan solamente 1% de todas las palabras. Pero Fernández [25, p. 63] apunta, que el cambio semántico de la voz es uno de los procesos más productivos en la creación de neologismos, sobre todo políticos. En registro de NEOMA [70] es la palabra *entreguismo* que se considera como neologismo semántico. La neología semántica consiste en atribuir una carga semántica nueva a un significante ya conocido, y este es el caso de la voz *entreguismo*. Generalmente se conoce entreguismo como « Apocamiento del ánimo que induce a aceptar de antemano la victoria del contrario » [73]. La palabra adoptó un nuevo significado que se da especialmente en el ámbito político : « Proceso por el cual uno abandona sus ideas, especialmente en la política, para someterse a otras ». Consideramos que el nuevo significado que ha adoptado este término obedece a un proceso de metaforización que, según Guerrero [31, p. 41] consiste en « una reducción del contenido semántico en comprensión y presenta, en consecuencia, una mayor extensión de aplicación ». En otras palabras, este término ha adoptado una nueva acepción política. Se puede decir que los neologismos semánticos aparecen solamente en contexto que forma el significado nuevo de la palabra.

Dentro de los neologismos de sentido, cabe destacar el eufemismo que es muy frecuente en ámbito 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 de políticos para disfrazar realidad y adecuarla a sus propios intereses.

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, 78].

« 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, 78].

« 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, 78].

« 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, 78].

« 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, 77].

Al igual que abundan los eufemismos en el lenguaje político, también lo hacen las metáforas y metonimias. Presentamos unos ejemplos de estas figuras retóricas sacados de los periódicos digitales El País, El Mundo de secciones sobre política :

*« 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, 78].*

« Desde el primer momento se advirtió que las normas de concesión de subvenciones a las renovables favorecían la aparición de **una burbuja energética dañina** » [El País, 21-IV-15, 78].

« **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, 77].

Conclusiones de la parte 3.

Según los datos recogidos en nuestro estudio, en el periodismo político cobra mayor importancia la neología de forma (75%) que la de sentido. Primeramente cabe destacar la derivación, especialmente la prefijación (54%), como el proceso de formación de palabras que prevalece la sufijación (43%). Los prefijos más frecuentes en formación de nuevos vocablos son anti-, des-, in-, euro-, auto-. La siglación también ocupa una parte estimable entre los neologismos políticos y el uso de la mayoría de ellos está estandarizado.

En segundo lugar, es preciso mencionar la importancia de neologismos de sentido dentro de los cuales se particulariza el eufemismo. Ese proceso de formación del léxico neológico parece una estrategia de políticos para disfrazar realidad y adecuarla a sus propios intereses.

Lo último que merece citar son los préstamos que ocupan aproximadamente 5% de todos los vocablos neológicos. La mayoría de los neologismos proceden de catalán, vasco e inglés.

CONCLUSIONES GENERALES

Rubalcabista, síndic, sorayo, kale barroka, prosaharani, realpolitik, neo-otomanismo, hacktivista, cuasiconstituyente, caucus, austercidio, caso Rato, 15-M, devolución en caliente son solo algunas de las nuevas voces que ilustran el caso práctico de nuestro trabajo de máster. El uso de voces neológicas es tan frecuente en los periódicos digitales, que no siempre es claro que se trata de neologismos.

Se puede encontrar la neología en cualquier tipo de información periodística, y por supuesto, en la política, como nos demuestran los resultados de nuestro análisis. La política es el dominio contextual con el mayor número de neologismos en los textos mediáticos.

El objetivo de nuestro trabajo de máster fue el estudio de las peculiaridades de la formación y el funcionamiento de los neologismos en el discurso político español. En los periódicos de España.

Uno de los objetivos que proponíamos al inicio de nuestro trabajo era averiguar cuáles son los procedimientos neológicos más productivos en el lenguaje político. Tras el análisis de los textos mediáticos podemos concluir que es la neología interna la que genera la mayor cantidad de neologismos, ocupa 90-95% de todos los neologismos.

Dentro de la neología interna, según resultados de nuestro estudio, los procedimientos morfológicos de creación son más frecuentes, sobre todo la prefijación, la sufijación y la composición. Uno de los motivos del uso de derivación es el gusto periodístico y político de emplear palabras archisílabas que demuestren mayor profesionalidad y conocimiento.

Basándonos en resultados de nuestro análisis podemos concluir que los neologismos semánticos, aquellos que modifican el sentido de una palabra ya existente con alguna finalidad particular, tienen menor repercusión en la información política. Pero cabe destacar el eufemismo que tiene gran popularidad en artículos de opinión y columnas.

Una de las tareas de nuestro trabajo fue el análisis de los neologismos en el discurso político y la división semántica de las nuevas lexías. Al estudiar la tipología de

Ostrovskaya Y. K. y Zatsnyy Y. A., científicos ucranianos, hemos generado nuestra propia repartición del léxico neológico político. Nuestra tipología consta de tales subdivisiones : 1) que defiende o es partidario de una ideología político-social de un político, 2) que no está a favor de un movimiento político o social, 3) la vida internacional, 4) otros voces que tienen relación a política.

Es preciso señalar que existe una morfología de palabras de cada partición. En primer grupo todas las voces son formados por sufijos -ista (significado de una persona), -ismo (nombre abstracto) de nombres propios de políticos.

El discurso político y el de los medios de comunicación tienen relaciones estrechas. Los medios de comunicación, y en concreto el periodismo digital, tienen un papel fundamental en la creatividad del patrimonio léxico. El origen del neologismo, ya esté en la sociedad o en los propios medios de comunicación, encuentra en los textos mediáticos un campo de actividad perfecto para la difusión y popularización de los neologismos políticos.

Así pues, los resultados de la investigación tanto teórica como práctica de este trabajo, nos permite afirmar la vital relevancia que tienen los periódicos en la innovación léxica y en la evolución lingüística del español.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alarcos E. Consideraciones sobre el neologismo. Madrid : Fundación EFE, 1999. 168 p.
2. Albaladejo T. El texto político de escritura periodística : La configuración retórica de su comunicación. La lengua y los medios de comunicación. Madrid : Universidad Complutense de Madrid, 1999. 456 p.
3. Alberto Miranda J. La formación de palabras en español. Salamanca : Ediciones Colegio de España, 1994.
4. Almela Pérez R. Procedimientos de formación de palabras en español. Barcelona : Ariel. Universidad de Murcia, 2008. 176 p.
5. Alvar Ezquerro M. La formación de palabras en español. Madrid : Arco libros, 2012. 190 p.
6. Alvar M. Lenguaje político : debate sobre el estado de la nación. Madrid : Fundación Friedrich Ebert, 1995.
7. Amando de M. La perversión del lenguaje. Madrid : Espasa Calpe, 1994.
8. Auger P., Rosseau L. Metodología de la recerca terminológica, traducción y adaptación al catalán de M. Teresa Cabré. Barcelona : Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 1984. 67 p.
9. Baran M. El discurso político de la perspectiva mediática. Universidad nacional lingüística de Kyiv, 2019. 2 p.
10. Bastuji J. Aspects de la néologie sémantique. Langages, 1974. 95 p.
11. Bolós E. Periodismo informativo e interpretativo : El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros. 2a edición. Sevilla : Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2009. 186 p.
12. Bonnafus S. El análisis del discurso político. Madrid : el Primer Simposio Internacional de Análisis, 1998. 200 p.
13. Cabré Castellví M. T. Lenguajes especiales: estudio léxico semántico de los debates parlamentarios. Barcelona : Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Barcelona, 1979.

14. Cabré M. La neologia com a mesura de la vitalitat interna de les llengües. Barcelona, 1990.
15. Casals Carro M. J. La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida. Estudios sobre el mensaje periodístico. Madrid : Fragua, 2001.
16. Casals Carro M. J. Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística. Madrid : Fragua, 2005. 425 p.
17. Collaert R. Neologismos en el español actual. Estudio comparativo entre el lenguaje técnico y científico, 2014. 231 p.
18. Coseriu E. Lenguaje y política. Madrid : Fundación Friedrich Ebert, 1995. 89 p.
19. Crespí M. N. A. Análisis del léxico con la marca “Política” en NEOMA. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de las islas Baleares, 2018. p. 61.
20. Diezhandino Nieto P. El quehacer informativo. Bilbao : Universidad del País Vasco, 1994.
21. Dovifat E.A. Periodismo. México : Uthea, 1959. 269 p.
22. Dubois J. y otros. Diccionario de Lingüística. Madrid : Alianza Universidad, 1979. 320 p.
23. Fernández B. J. El lenguaje del periodismo moderno. Estilo y normas de redacción en la prensa de prestigio. Madrid : SGEL, 1987. 370 p.
24. Fernández Languilla M. La lengua en la comunicación política I. El discurso del poder. Madrid : Arco Libros, 1999.
25. Fernández M. La lengua en la comunicación política II : la palabra del poder. Madrid : Arco libros, 1999. 230 p.
26. Gardin B. La néologie. Aspects sociolinguistiques. Langages, 1974. 190 p.
27. Giménez G. Discusión actual sobre la argumentación. México, 1989. 324 p.
28. Gómez C.T. El préstamo lingüístico. Conceptos, problemas y métodos. Valencia : Cuadernos de Filología, anejo XXIX, Facultat de Filologia, Universitat de València, 1998. 165 p.
29. Guerrero Salazar S. La creatividad en el lenguaje periodístico. Madrid : Cátedra, 2007. 233 p.

30. Guerrero Salazar S., Emilio Alejandro S. Medios de comunicación y español actual. Archidona Málaga : Aljibe, 2002.
31. Gurrero R. Neologismos en el español actual. Madrid : Arco Libros, 1997.
32. Gutiérrez S. Discurso político y argumentación. México, 2005. 150 p.
33. Hernández Cuadrado L. A. Periodismo científico y lenguaje. Estudios sobre el lenguaje periodístico, 2006. pp. 331-348.
34. Hernández Gómez E. Diccionario panhispánico de dudas. Madrid : Santillana, 2005. 267 p.
35. Hernando B. M. El lenguaje de la prensa. Madrid : Eudema, 1990. 158 p.
36. Hernando Cuadrado, L.A. El discurso periodístico. Madrid : Verbum, 2000. 193 p.
37. Hurtado G. S. El uso del lenguaje en la prensa escrita. Valladolid : Universidad de Valladolid, 2003.348 p.
38. Jagot, P. C. El arte de hablar bien y con persuasión. Barcelona : Iberia, 1973. 269 p.
39. Laswell H. D., Leites N. Language of politics : Studies in quantitative semantics. Cambridge : MIT Press, 1949.
40. Lázaro C. F. El dardo en la palabra. Barcelona : Ed. Galaxia Gutenberg y Círculo de Lectores, 1997. 255 p.
41. Lázaro C. F. El lenguaje periodístico entre el literario, administrativo y vulgar, el lenguaje en el periodismo escrito. Madrid : Fundación Juan March, 1977.
42. Lázaro Carreter F. El lenguaje del periodismo : ¿lengua especial?. Asterisco, 1990.
43. Lo Cascio V. Lenguajes especiales, en Gramática de la argumentación. Madrid : Alianza Editorial, 1998.
44. López F.Y. Prensa y neologismos : la naturaleza adaptativa y creativa del léxico. Tesis de doctorado. Facultad de filología, 2014. 175 p.
45. López Muñoz M. E. Estudio enunciativo de la persona en un corpus parlamentario de la democracia española. Epos. Revista de Filología, 1999. pp. 73-90.

46. Martín V.G. Géneros periodísticos. Reportaje, crónica, artículo. Madrid : Parnifno, 1987. 348 p.
47. Martínez Albertos, J. L. Redacción periodista : Los estilos y los géneros en la prensa diaria. Barcelona : ATE, 1974. 124 p.
48. Matoré G. Le neologisme : naissance et diffusion. Le français moderne, 1952. 92 p.
49. Mucoz A. A. Política y nueva comunicación. Madrid, 1989. 235 p.
50. Núñez Cabezas E. A., Guerrero Salazar S. El lenguaje político español. Madrid : Ediciones Cátedra, 2002. 467 p.
51. Ortuño M. P. Neologismos en el periodismo político. Análisis en torno a la tipología y la creatividad. Murcia, 2015. 124 p.
52. Ostrovska Y. K. Nuevo vocabulario sociopolítico : fragmento del análisis de neologismos-frases del cambio de siglo. Zaporozhye : Nueva filología, 2007.
53. Otaola O. Lexicología y semántica léxica : teoría y aplicación a la lengua española. Madrid : Ediciones Académicas, 2004. 86 p.
54. Pérez S. La difusión de los neologismos científicos y técnicos : el caso de
55. Pottier B. Teoría y análisis en lingüística. Madrid : Arco Libros, 2000. 147 p.
56. Rebollo Torho M. A Características del lenguaje político : la designación. *Philologia hispalensis*, 1995. 143 p.
57. Rebollo Torho M. A Caracterización del lenguaje político. *Atti del XX Convegno. Associazione Ispanisti Italiani*, vol. 2, 2002. 50 p.
58. Rebollo Torho M. A. Estudios sobre el vocabulario político español. Cáceres : Universidad de Extremadura, 1976. 370 p.
59. Rebollo Torho M. A Vocabulario político, republicano y franquista. Valencia : Fernando Torres, 1978. 321 p.
60. Rey Morató J. Los juegos de los políticos. Madrid : Eudema, 1997.
61. Rodríguez Diéguez J. L. La jerga de la reforma educativa. Barcelona : Ariel, 2001. 143 p.
62. Rodríguez Díaz B. El lenguaje sectorial del deporte en la prensa escrita. Madrid : Fundación EFE, 1994.

63. Romero Gualda M. El español en los medios de comunicación. Madrid : Arco Libros, 1993.
64. Sánchez C., Azorín D. Estudios de Neología del Español. Murcia : Editum, 2016. 178 p.
65. Sánchez García J. F. Estudio pragmático del discurso periodístico español. A propósito de los debates sobre el estado de la nación. Granada : MMIX, 2009.
66. Santamaría Suárez L. Géneros para la persuasión en periodismo. Madrid : Fragua, 1997. 155 p.
67. Trup L., Sôltys J. Introducción a la estilística española. Bratislava : AnaPress, 2000. 235 p.
68. Verón E. 1987. La palabra adversativa. El Discurso Político. Buenos Aires : Hachette, 1987, 356 p.
69. Zatsnyi Y. A. Parámetros sociolingüísticos de la innovación de la lengua inglesa del siglo XXI. Nueva filología. Zaporozhye, 2008, 120 p.

DICIONARIOS

70. Diccionario de neologismos del español actual. Prensa de Murcia y Alicante. Universidad de Murcia. 2014. [NEOMA] URL : <https://www.um.es/neologismos/index.php/> (último acceso : 03.11.2019).
71. Hernández Gómez E. Diccionario panhispánico de dudas. Madrid : Santillana, 2005.
72. Pottier B. El lenguaje (Diccionario de lingüística). Bilbao : Mensajero. 1985.
73. Real Academia Española Diccionario de la lengua española. Madrid : Espasa. 2014. [DLE 2014] URL : <http://dle.rae.es/> (último acceso : 01.11.2019).
74. Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Madrid : Editorial Espasa Calpe, 2009. [DLE 2001]
75. Real Academia Española. Nueva Gramática de la lengua española . Madrid : Espasa Libros, 2011.

FUENTES DE ILUSTRACIONES

76. Diario Información URL : <https://www.diarioinformacion.com> (último acceso : 31.10.2019).
77. El Mundo URL : <https://www.elmundo.es> (último acceso : 30.10.2019).
78. El País URL : <https://elpais.com> (último acceso : 30.10.2019).
79. La opinión de Murcia URL : <https://www.laopiniondemurcia.es> (último acceso : 31.10.2019).
80. La Verdad – Edición de Murcia URL : <https://www.laverdad.es/murcia/ciudad-murcia/> (último acceso : 31.10.2019).
81. La Verdad – Edición de Alicante URL : <https://www.laverdad.es/> (último acceso : 31.10.2019).
82. Observatori de Neologia Metodologia del treball en neologia : criteris, materials i processos. Barcelona : Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2004.

ANEXO A

Prefijos más comunes en formación de los neologismos

Tabla 2.1

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

	<i>uni-</i> <i>mono-</i> <i>pluri-</i> <i>poli-</i> <i>semi-</i> <i>nano-</i>	unilateral, unipartidismo, unicultural ; monocolor, monoplaça, monopatín ; pluriactividad, pluripartidismo ; politraumatismo, poloclínico, policíclico ; semiestadio, semipolítica ; nanotecnología, nanofibra.
Iteración	<i>re-</i>	reinversión, redimensionar, reajustar, rearmar.
Calificación	<i>neo-</i> <i>seudo/pseud-</i>	neofranquista, neosacerdote, neoliberal ; seudointelectual, pseudoautónomo.
Intensificación	<i>super-</i> <i>macro-</i> <i>mega-</i> <i>hiper-</i> <i>maxi-</i> <i>extra-</i> <i>ultra-</i> <i>archi-</i>	supereconómico, superliga ; macroconcierto, macroacuerdo ; megaoferta, megatienda ; hiperliderazgo, hiperfemenina ; maxi-cine, maxiproceso ; extraligero, extrafino, extra-largos ; ultraliberal, ultraconservador ; archifamoso, archienemigo.

ANEXO B

División temática de los neologismos

Tabla 3.2

Temática	Ejemplos
1. Que no está a favor de un movimiento político o social	<i>arridismo, apartidista, antitrasvasismo, antisirio, antipastelero, antilermismo, anticonstitucionalidad, anticampista, antineoliberal, antieuropeo</i>

<p>2. Que defiende o es partidario de una ideología político-social de un político</p>	<p><i>aznarismo-aznarista, burukide, campismo-campista, centroizquierdista, chaconista, chavismo-chavista, ciscarismo-ciscarista, econacionalista, fraguista, foralista, ferollista, gadalista, griñanista, guerrista, juancarlista, lepenista, lermismo-lermista, monclovista, pepero, pajinista, palecomunista, prokurdo, rajoismo-rajoista, rubalcabismo-rubalcabista, sorayo, valcarcista, zapaterismo, zaplanosmo-zaplanista</i></p>
<p>3. La vida internacional</p>	<p><i>euroesceptismo, eurogrupo, europarlamento, eurosistema, antiinmigración, antimigratorio, macroministerio, ministeriable, proeuropeo, euroesceptismo</i></p>
<p>4. Otros voces que tienen relación a política</p>	<p><i>austercidio, hacktivista, cabildicio, caucus, chipriotazo, superregulador, consell, coportavoz, cuasiconstituyente, síndic, desindicalización, kale borroka, entreguismo, estelada</i></p>

ANEXO C

Gráfico 3.1



ANEXO D

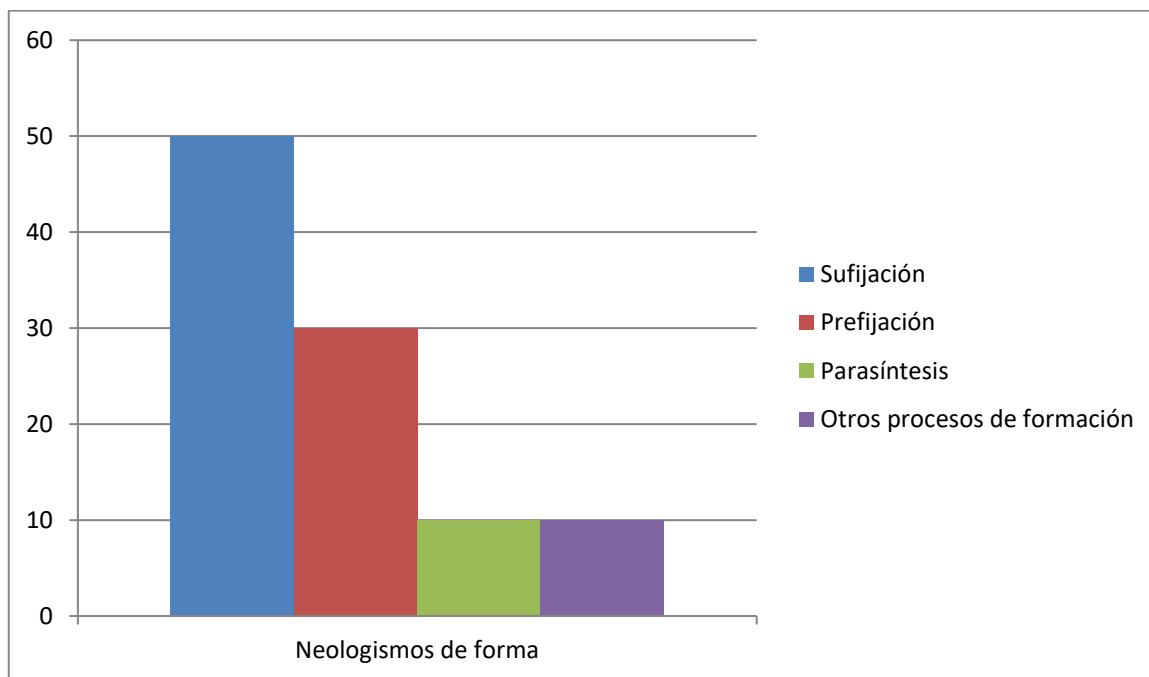
Gráfico 3.2



ANEXO E

Procedimientos de formación de los neologismos

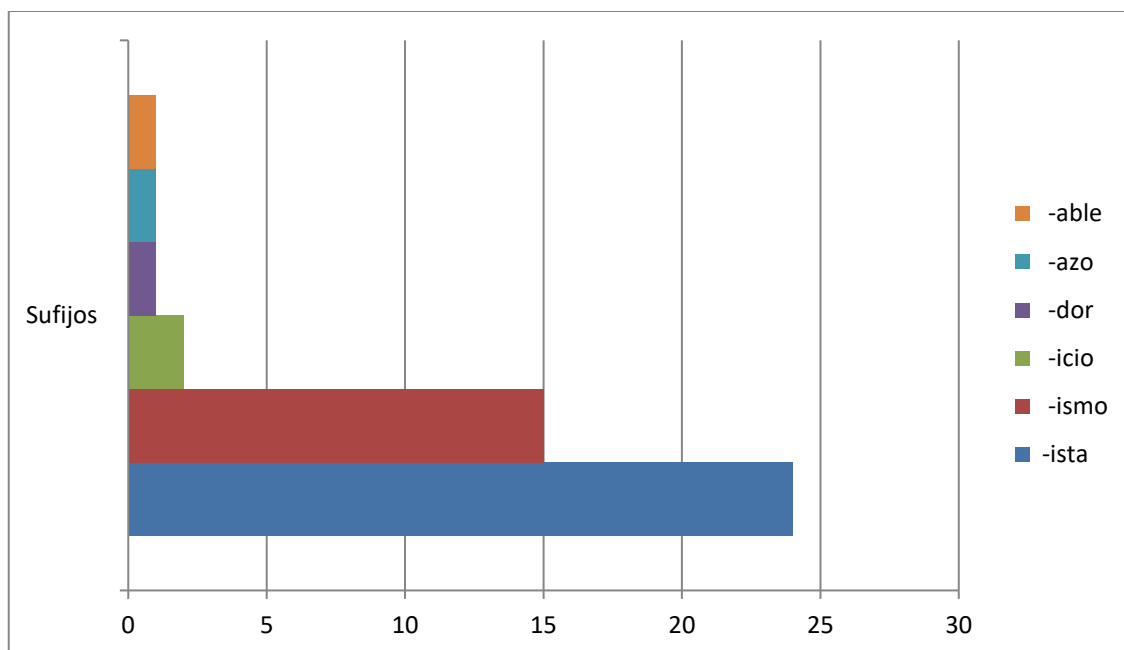
Gráfico 3.3



ANEXO F

La productividad de sufijos

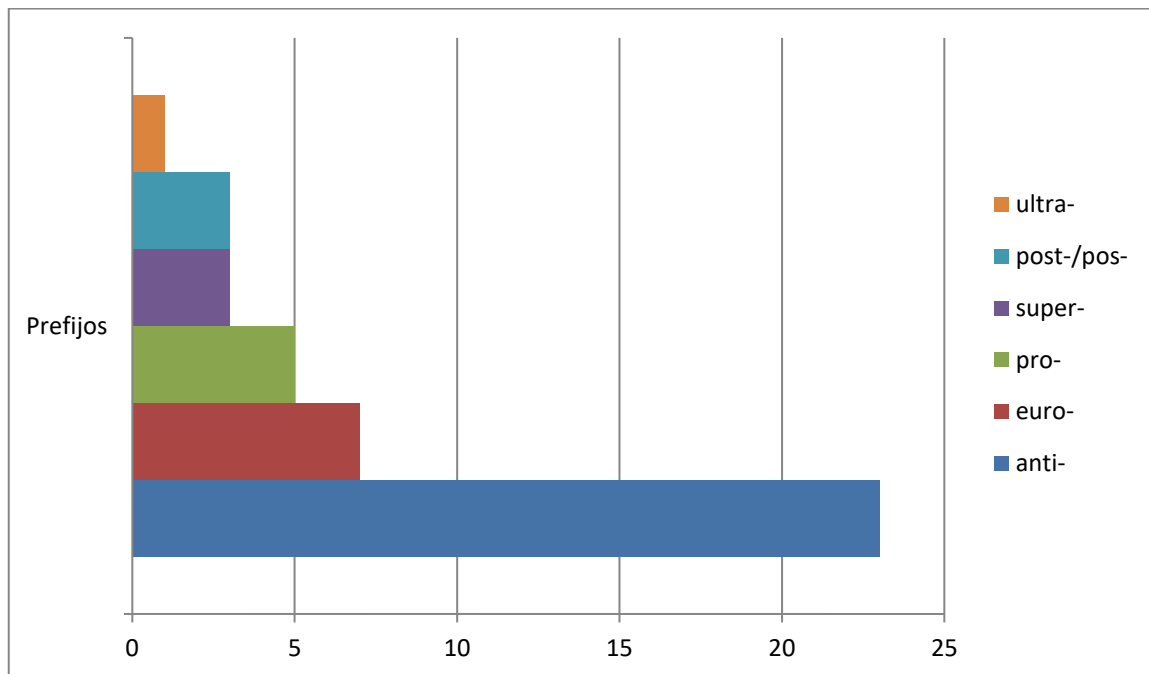
Gráfico 3.4



ANEXO G

Productividad de prefijos

Gráfico 3.5



ANEXO I

Prosedencia de neologismos externos

Gráfico 3.6

