

Innovación semántica y creación léxica en la ciberhabla de las redes sociales

Irene Vives Luengo

Máster en Lengua Española: Investigación
y Prácticas Profesionales



MÁSTERES
DE LA UAM
2017 - 2018

Facultad de Filosofía y Letras

TRABAJO FIN DE MÁSTER

*Máster en Lengua Española: Investigación y Prácticas
Profesionales*

Curso académico 2017/2018



Innovación semántica y creación léxica en la ciberhabla de las redes sociales

IRENE VIVES LUENGO

Junio de 2018

Tutora: M.^a Azucena Penas Ibáñez

Índice

0.	Introducción	5
0.1.	Declaración de propósitos. Metodología y elaboración de corpus	5
0.2.	Consideraciones teóricas generales	6
1.	Hallazgos semánticos	7
1.1.	Memes	7
1.1.1.	Consideraciones teóricas previas: sobre las teorías corpóreas	8
1.1.1.1.	Enfoque neuro-motor	9
1.1.1.2.	Enfoque metafórico	10
1.1.1.3.	Enfoque simbólico	11
1.1.2.	Análisis descriptivo: los <i>memes</i> como manifestación de lenguaje corporizado	12
1.1.2.1.	Anclaje corporal	12
1.1.2.2.	Anclaje mundanal. Iconismo e hipérbole icónica	17
1.1.2.3.	Otros casos	19
1.2.	Lenguaje jergal	24
1.3.	Conclusiones	25
2.	Hallazgos morfoléxicos	27
2.1.	Consideraciones previas	27
2.2.	Verbo base	27
2.2.1.	Caracterización sintáctica	28
2.2.2.	Caracterización semántico-aspectual	32
2.3.	Nominalización	34
2.3.1.	Acogimiento de rasgos del V-base	34
2.3.2.	Otras observaciones	38
2.4.	Conclusiones	38
3.	Hallazgos discursivos	39
3.1.	Consideraciones previas sobre Internet y el fenómeno <i>hashtag</i> . Hablar en <i>hashtags</i> : ¿hacia un lenguaje conceptual?	39
3.2.	MMDD (marcadores discursivos) en <i>hashtags</i>	41
3.2.1.	Hipótesis de partida	41
3.2.2.	MMDD aislados de “nombre propio”	41
3.2.3.	MMDD aislados de “no nombre propio”	42
3.2.4.	MMDD insertos	43
3.3.	Resultados: ¿por qué <i>enhashtar</i> un MD?	44
4.	Conclusiones	45
5.	Referencias bibliográficas	46
6.	Fuentes documentales de acceso público	49

0. INTRODUCCIÓN

0.1. Declaración de propósitos. Metodología y elaboración de corpus

El presente trabajo es el resultado de las investigaciones realizadas a lo largo de todo un año en materia de *ciberlenguaje* o lenguaje de Internet. Tiene por objetivo mostrar, desde una perspectiva sincrónica, el compendio de los distintos hallazgos novedosos que han sido detectados en las producciones lingüísticas de los hablantes en redes sociales como Facebook o Twitter. Estos hallazgos constituyen fenómenos de carácter neológico, tanto en el plano léxico como en el plano semántico, y son el resultado de la explotación de recursos preexistentes con miras a obtener giros creativos, humorísticos o, sencillamente, suplidores de la necesidad de ponerle nombre a las nuevas realidades comunicativas del cibermedio. En ese sentido, el contenido de este trabajo es heterogéneo, pues aborda desde neologismos morfológicos basados en procesos derivativos consolidados (§2), hasta nuevos usos discursivos (§3) y de creación textual (§1), todos ellos en la misma línea temática de innovación que caracteriza a los fenómenos ciberlingüísticos y que constituye el tronco central de la investigación. Por tanto, la búsqueda de hallazgos se realiza en tres niveles: semántico, léxico-morfológico y discursivo, si bien estos no son compartimentos estancos, pues en muchas ocasiones los fenómenos se encuentran a caballo entre una u otra naturaleza¹.

Respecto a la metodología empleada, esta consiste en el análisis de un corpus compuesto por dos tipos de muestras, recabadas a partir de las producciones de usuarios hispanohablantes en las redes sociales Twitter (tuits) y Facebook (memes), previa introducción de los fundamentos teóricos en los que se basa la descripción analítica de los extractos. La fundamentación bibliográfica de acuerdo a postulados teóricos es más o menos patente en la medida en que el tipo de contenido lo hace posible, pues a menudo se trata de asuntos que, precisamente, por su carácter novedoso aún carecen de estudio. En primer lugar, se aborda el fenómeno de los *memes* (combinaciones de imagen y texto con fines humorísticos) como hallazgo novedoso altamente creativo que arroja resultados analizables desde el punto de vista de las figuras retóricas y de los enfoques corpóreos del significado. En segundo lugar, en lo referente a la neología de la palabra basada en procesos morfológicos derivativos, se estudian diez casos de neologismos verbales denominales terminados en el sufijo *-ear* y sus correspondientes nominalizaciones acabadas en *-eo*, detectados en la ciberhabla más actual en general, y recogidos de la red social Twitter en particular, en contraste con otros casos ya consolidados del mismo sufijo. Por último, en tercer lugar se trata, respecto a la parte de la investigación relativa al discurso, el fenómeno de los llamados *hashtags* y, en concreto, la aparición de marcadores del discurso “enhashtados” en los tuits de los usuarios.

¹ Es el caso de lo analizado en el apartado §1.2, donde los hallazgos constituyen casos de texto creativo con implicaciones semánticas, pero a menudo se basan, por ejemplo, en la alteración fónica —aunque el nivel fónico no sea estrictamente abordado en este trabajo como bloque temático—. En el caso de §3, asistimos a la imbricación entre el nivel semántico y el que hemos establecido como *discursivo*.

0.2. Consideraciones teóricas generales

Antes de analizar los fenómenos concretos detectados actualmente en el cibermedio, son necesarias algunas consideraciones generales, introductoras a la temática del ciberlenguaje y su caracterización básica. No obstante, no se dedicará espacio al prolijo asunto que supone la revolución de Internet y el medio digital como motivo de estudio en sí mismo, del cual ya han sido tratadas cuestiones como la retórica del hipertexto (Landow, 1991; Moran y Hawisher, 1998), el discurso en el periodismo digital (Díaz Noci, 2001), las consecuencias del digitalismo en las mentalidades (Sartori, 2005; Terceiro, 1996; Terceiro y Matías, 2001) o la evolución de los soportes (Vandendorpe, 2003), entre otras. En estudios anteriores de enfoque diacrónico (Vives, 2017), se abordaba la *escritura ideofonemática* (Cassany, 2006, 2012) como rasgo fundamental que caracterizó el cibertexto producido por los hablantes durante los primeros años de Internet, en géneros digitales coloquiales, como el chat o el SMS, y prestando especial atención a la mensajería instantánea, con el extinto *Messenger*. La aféresis (por ej. en *venga>enga*, *buenas>uenas*) y amalgama de palabras (por ej. en *ya está > yata*), la elisión de grafías en determinadas secuencias silábicas (por ej. en *también>tmbn*) y la sustitución de dígrafos por fonemas (por ej., *qu>k*), entre otros (Cassany, 2012), caracterizaban un tipo de escritura altamente productiva en la red que, sin embargo, ha experimentado un notable retroceso (Vives, 2017)². En la actualidad, el devenir de la ciberhabla ha consistido en el mantenimiento de ese carácter “mitad escrito, mitad oral”, “hermafrodita” u oralizado de la escritura (Calero, 2014) —especialmente, con el *boom* de los móviles inteligentes y la utilización masiva y constante de las aplicaciones de mensajería y red social, ante la necesidad de adaptar el lenguaje cotidiano a las nuevas formas de comunicación a distancia—, pero no se ha mantenido la preferencia por la escritura ideofonemática. En su lugar, han aflorado una gran cantidad de neologismos importados del inglés, como los recabados en esta investigación (§2), así como el uso *in crescendo* de emoticonos o *emojis* de última generación, que muy lejos quedan ya de los primigenios elaborados con caracteres ASCII, como “:-)” o “:-(”, equivalentes a “☺” y “☹”, respectivamente (Galán, 2001; Calero, 2014). Son precisamente hechos como el uso de emoticonos los que evidencian una necesidad en los hablantes de plasmar sus emociones en forma de código no verbal; necesidad que comienza a materializarse con la mencionada integración de *emojis* en la producción textual de los usuarios, sobre todo en aplicaciones de intercambio comunicativo instantáneo como WhatsApp, y alcanza su punto álgido en las elaboraciones altamente creativas que suponen los memes (§1). Por tanto, parece claro que hoy en día nos hallamos ante un lenguaje cibernético que tiende a superar la limitación textual a través de la imagen (Penas, Vives y Wang, 2017), pero también los

² Este retroceso se apuntaba con carácter general, pero, tras la investigación del fenómeno, resultó evidente que la variable generacional desempeña un papel crucial en la evolución de este tipo de escritura, pues no en todos los casos deja de utilizarse. Tiende a mantenerse en la actualidad en las primeras generaciones que la utilizaron, mientras que se pierde o apenas llega a existir en la mayoría de los casos —que no en todos— de las generaciones nacidas en los últimos años del siglo XX y, sobre todo, a partir del siglo XXI. Una escritura marginal que, por tanto, hoy parece estar abocada a la desaparición.

límites geolingüísticos, mediante la proliferación masiva de anglicismos, sin que ello suponga alteraciones para la lengua española desde el punto de vista léxico-aspectual (§2). Asimismo, otra tendencia emergente de la ciberhabla actual es la aparición en el discurso de ciertas herramientas de texto como los *hashtags* (§3), hasta el punto de convertirse en un fenómeno notablemente integrado en ciertos contextos productivos, más allá de los fines que tuvieran en origen. Ello tiene implicaciones semántico-discursivas que podrían apuntar hacia la preferencia por la condensación de ideas en forma de etiqueta, de manera que se puedan captar en un golpe de vista, lo que no deja de ser cercano al hecho de que la ciberhabla de la actualidad parece un lenguaje, ante todo, eminentemente visual.

1. HALLAZGOS SEMÁNTICOS

En este apartado se procede al estudio pormenorizado de memes extraídos de la red social Facebook, previa exposición de las principales corrientes que constituyen la base de fundamentación teórica en la que el análisis propuesto se asienta. No obstante, resulta necesario recordar que, pese a tratarse de hallazgos novedosos que bien pueden ubicarse en el nivel semántico por sus implicaciones relacionadas con la creatividad en la construcción del significado, no forman parte de un compartimento estanco y otros niveles de lengua pueden coaparecer en los mecanismos que se analizan. Así, en §1.1 los memes son estudiados desde el punto de vista de las teorías corpóreas y/o de la explotación de figuras retóricas, como la metáfora, la metonimia o el símil, dentro de la dicotomía referente-significado; pero, como ya se anunció, en el análisis de algunos de esos memes asimismo se produce una incursión, por ejemplo, en el plano fónico, pues entran en juego la alteración de fonemas o la asociación de sonidos. Lo mismo sucede en §1.2, donde se muestra un habla jergal nacida en los foros, cuyo mecanismo de construcción básico es la alteración fónica. Sin embargo, estas alteraciones no serían posibles sin las implicaciones semánticas que el juego creativo presupone, y que son precisamente las que permiten producir el efecto irónico o distintivo buscado, justificándose así el epígrafe que da nombre a este apartado.

1.1. Memes

De entre los diferentes patrones de creación digital destinada al entretenimiento y la sátira que han colonizado los servicios de mensajería instantánea y las redes sociales en los últimos años, es llamativo el nacimiento de los llamados memes. La palabra *meme*, que no se encuentra recogida en el Diccionario Académico (2014), parece tomarse del concepto homónimo introducido por R. Dawkins en su obra *El gen egoísta* (1976)³. En sus inicios, en España el término se utilizó mayoritariamente para dar nombre a una serie de personajes dibujados de forma imperfecta —a modo de

³ Dawkins habló de *memes* para referirse a aquellas unidades informativas que se transmiten en la sociedad, conformando el ideario cultural de los individuos. No obstante, tal como el autor afirma, el concepto se ha distanciado del original y ha evolucionado hacia otro mucho más específico que permite dar cuenta de una nueva realidad cibernética.

“monigotes”— que podían encontrarse en ciertas páginas web satíricas, por entonces en pleno auge, hace aproximadamente cinco años (*CuantoCabrón*, entre otras). El patrón de creación explotado en estas páginas se basaba en la utilización de una imagen para ilustrar un texto al estilo del cómic, recreando situaciones humorísticas habituales entre los jóvenes, algo que rápidamente se hizo viral.



Figura 1. Meme de «primera generación», extraído de la página *CuantoCabrón*.

En la actualidad, ha sido adoptado por otro tipo de creaciones similares, ya no específicas de aquellas páginas. Así, llegamos al día de hoy con una abundantísima proliferación de memes en su sentido más actual, los cuales hemos investigado desde el punto de vista de su patrón creativo y de las implicaciones semánticas que este último tiene, especialmente aquellas que se apoyan en el enfoque corpóreo del significado lingüístico.

1.1.1. Consideraciones teóricas previas: sobre las teorías corpóreas

Este apartado tiene por objeto abordar el enfoque corpóreo de la construcción del significado lingüístico (teoría del *embodiment*), cuestión que resulta necesaria para comprender el análisis de memes que se propone posteriormente en §1.1.2. Se exponen los principales postulados de la corriente corpórea y dos posibles ramas o enfoques, destacando los aspectos que aquí más interesan por su manifestación en los memes analizados, y se muestran los contrastes fundamentales que la teoría presenta frente a la perspectiva tradicional simbólica. Esto permite comprender las implicaciones semánticas de las once creaciones humorísticas cibernéticas que posteriormente se proponen, ya que estas últimas se plantean como demostraciones a la teoría de la

corporización: manifiestan evidencias de que los hablantes comprendemos los significados de forma interactiva con el entorno.

1.1.1.1. Enfoque neuro-motor

Sobre cómo toman tierra las palabras o, lo que es lo mismo, cómo se lleva a cabo la conexión necesaria entre significante y significado, entre palabra y mundo (Urrutia y De Vega, 2012), existen dos líneas de pensamiento esencialmente opuestas. Por un lado, las que ahora nos ocupan, aquellas llamadas *experencialistas* o *corpóreas* son las que defienden la existencia de interacciones entre los procesos neuronales que se desencadenan en el lenguaje y el medio que nos rodea, de modo que el significado de las palabras se forma a partir de estados perceptuales y procesos sensorio-motores que se activan con las experiencias sobre el entorno. Las voces se definen como entidades absolutamente dependientes del cuerpo, del mundo exterior y de nuestra experiencia en él, por lo que se postula que el lenguaje es interactivo con el entorno: posee un fuerte componente enactivo que explica que “se haga a la vez que se da”.

El principal respaldo a esta idea son las evidencias neurofisiológicas que se han obtenido al respecto, pues se ha comprobado que ciertos procesos sensorio-motores se desencadenan en la comprensión del lenguaje. Respecto a dichas evidencias biológicas, el concepto de *embodiment* alude al sistema neurológico de los individuos como responsable por igual de la percepción sensorial en las interacciones con el mundo exterior y de la comprensión del lenguaje, siendo, por tanto, aquel la base corpórea de la cognición (Urrutia y De Vega, 2012: 41). Por un lado, existe una cognición corpórea “en línea”, que consiste en la actividad sensorio-motora desencadenada por la información que proporcionan los estímulos de la experiencia inmediata. Hallamos ejemplos de ello en el uso de deícticos en oraciones como *si yo fuera tú*, que suponen una proyección directa en el cuerpo del interlocutor (Lakoff, 2012), o en los actos de habla exhortativos, como materializaciones enactivas de la palabra y no meras simulaciones mentales simbólicas. Por otro lado, frente a la que sucede “en línea”, existe otra cognición corpórea “desplazada”, que tiene que ver con los referentes lingüísticos almacenados que no se encuentran en la situación inmediata (Robbins y Aydede, 2009; De Vega, 2008); i.e., en ausencia de *input*. En la primera de ellas es donde se ponen en relación, en mayor medida, los procesos cognitivos y los sensorio-motores, pues el referente lingüístico ha de ser extraído directamente del entorno inmediato, lo que implica gran intervención sensorial y posteriormente neuronal. Otras evidencias psicolingüísticas que demuestran la existencia de un vínculo entre lenguaje y acción tienen que ver con la capacidad de *resonancia* y *presonancia motora* de las neuronas (Urrutia y De Vega, 2012: 44). Respecto a la primera de ellas, se ha prestado especial atención a las denominadas *neuronas espejo*, las cuales se activan cuando visualizamos una acción siendo ejecutada por otro individuo, como hecho extensible al lenguaje en acción en forma de resonancia reactiva ante el estímulo situacional. En lo relativo a la presonancia motora, este hecho neurofisiológico se hace patente en el lenguaje mediante la anticipación, ya que la comprensión de enunciados supone la predicción automática de acciones o eventos que sucedieron en el pasado, asociados al concepto que contenga el enunciado inicial. De igual manera sucede con la lectura de

textos, pues los conceptos asociados a una palabra “presuenan” con anterioridad a ser leídos, promoviendo la anticipación de ideas y, en consecuencia, el acortamiento del tiempo en que se logra la comprensión holística de la composición textual. Además, esta capacidad anticipatoria tiene sentido desde el punto de vista biológico y evolutivo, pues es claro que conlleva grandes ventajas adaptativas previsoras, en pos de asegurar, como fin último, la supervivencia.

Asimismo, la corriente corpórea defiende que la cognición está “situada”, pues en el proceso de activación de los conceptos es inevitable que en la mente del individuo aparezca la representación de la situación más común en que se da el referente de la palabra conceptualizada, lo que constituye un conocimiento práctico basado en la experiencia (Heidegger, 1951; Varela et al., 1997; Gallagher, 2009). Por ello, para las teorías corpóreas el significado lingüístico es multimedial, como las experiencias de los individuos en el mundo físico. Por ejemplo, no se puede justificar la comprensión del discurso narrativo —por tanto no vivido— sin la existencia en la mente de referentes virtuales recuperados de la experiencia multimedial pasada, como bagaje del individuo. Este recurso se explota constantemente en los memes próximamente analizados. En resumen, las teorías corpóreas proponen que el significado se basa en “simulaciones modales, corporeizadas en el cerebro humano, donde la experiencia juega un rol central en la representación del conocimiento y el significado consiste en activar simulaciones perceptivas o motoras de las situaciones, [...] en lo que se ha llamado *cognición situada*” (Urrutia y De Vega, 2012: 46). No obstante, asegurar que existe esta relación biunívoca entre acción y cognición —manifestada, por ejemplo, en dicha simulación automática de los eventos y acciones cuando los escuchamos o leemos, como una característica intrínseca a la comprensión del lenguaje— ha sido muy discutido por las corrientes lingüísticas tradicionalistas, especialmente las basadas en el simbolismo (§1.1.1.3).

1.1.1.2. Enfoque metafórico

Una de las ramas de la corriente corpórea trabaja el concepto de *embodiment* desde la metáfora, como demostración, en la misma línea que lo explicado en el apartado anterior, del anclaje situacional y especialmente corpóreo que posee la cognición de los significados lingüísticos. Este enfoque es una constante a lo largo de la obra de G. Lakoff, desde *Metaphors we live by* (G. Lakoff y M. Johnson, 1980) hasta trabajos posteriores, y responde a una de las principales críticas que se han lanzado sobre las teorías corpóreas: la explicación de los conceptos abstractos. De acuerdo con los postulados de Lakoff —y, de nuevo, en la línea de los anteriores (§1.1.1.1)—, el mismo circuito neuronal que mueve nuestros cuerpos es el que estructura el razonamiento de todo tipo de acciones y eventos, no solo los que aluden a hechos físicos o nociones concretas, sino también todos aquellos que son abstractos.

Para justificarlo, se propone la existencia de *metáforas conceptuales primarias* (Lakoff, 1980, 2012), basadas en las experiencias corporizadas del individuo. Así, las metáforas más básicas que se manejan en el lenguaje cotidiano, en realidad, remiten constantemente a partes del cuerpo y provienen de experiencias sensoriales. Por

ejemplo, el hecho de que la felicidad se asocie con ‘arriba’ (porque los extremos de los labios se expanden hacia arriba al sonreír), la tristeza con ‘abajo’ (porque los extremos de los labios se retraen hacia abajo al estar triste, así como las cejas, la cabeza y los hombros), o el afecto con el ‘calor’ (porque en el afecto físico, la fricción de los cuerpos aumenta la temperatura) son evidencias innegables de que los conceptos abstractos más intangibles se basan, en último término, en sus correlatos corporales. En paráfrasis de las palabras del autor, las metáforas primarias están motivadas por las experiencias corpóreas cotidianas, como lo es el abrazo de los padres al bebé, donde el afecto pasa a asociarse con el calor que genera el acto (en lo referente a la metáfora mencionada de “el afecto es calor”) (Lakoff, 2012: 777). De forma similar, las metáforas referidas a las emociones provienen de los correlatos humanos corpóreos que tenga la emoción: la ira es roja por el aumento de presión que genera en la sangre, traduciéndose en un enrojecimiento de la piel en la cara (si algo hace que *te hierva la sangre*, te enfurece). Este tipo de metáforas primarias son aprendidas desde la infancia, de tal forma que estructuran el pensamiento del niño en el día a día y se mantienen vivas en la mente de los hablantes, quienes las usan de manera automática e inconsciente al razonar y al realizar las elecciones léxicas. Sin embargo, no corresponden a cada una de las palabras que componen una oración, sino a los conceptos, de modo que su combinación forma otras metáforas conceptuales más complejas que permiten dar cuenta de la multiplicidad de casos específicos a los que el individuo puede enfrentarse.

1.1.1.3. Enfoque simbólico

En cuanto a las teorías *simbólicas* o *proposicionales* que se oponen a la visión experiencialista o corporizada de la cognición lingüística, estas abogan por símbolos mentales amodales, abstractos y arbitrarios, que se combinan a partir de reglas formales generativas, como engranaje responsable de la comprensión de los significados. Este carácter independiente del contexto situacional y, por ende, de sus estímulos sensoriales gozó de ciertas ventajas en el pasado, sobre todo de cara a explicar la existencia de conceptos abstractos que continuamente manejan los hablantes (Urrutia y De Vega, 2012: 45). Sin embargo, estas ventajas quedan desestimadas tras la aparición de las corrientes corpóreas, como la sostenida por Lakoff (1980), la cual aporta una explicación consistente para el problema que planteaban las ideas abstractas de los hablantes. Asimismo, el enfoque simbólico postula que el significado es asociativo, fruto de la mera vinculación, sin ningún anclaje perceptivo, de los símbolos arbitrarios. En otras palabras, las teorías simbólicas proclaman que un sistema de símbolos, sin conexión alguna con el entorno que nos rodea, es capaz de capturar las referencias lingüísticas y ocasionar la comprensión de los conceptos.

La principal debilidad del enfoque simbólico es que no consigue, sin proponer procesos *ad hoc* y *a posteriori*, explicar los efectos corpóreos existentes en la comprensión del lenguaje. El carácter amorfo y discreto de los símbolos que postula precisa que siempre se deba “traducir” de algún modo la información procedente del entorno. Así, las teorías simbólicas proponen que dicha traducción o comprensión de las palabras tras su escucha se produce gracias a que se activan una serie de entradas o

categorías básicas, a modo de diccionario; una idea poco deseable en términos de rentabilidad. Además, aceptar los preceptos de esta corriente supone proponer un sistema conceptual redundante, con propiedades que ya son intrínsecas al propio lenguaje, lo que implica una circularidad innecesaria que no termina de explicar, en último término, qué hay más allá del lenguaje (Urrutia y De Vega, 2012).

1.1.2. Análisis descriptivo: los memes como manifestación de lenguaje corporizado

Es precisamente la idea de corporeidad un hallazgo presente en los memes de Internet. Hoy en día existe una producción masiva de estas creaciones humorísticas, que siempre versan sobre asuntos de la vida cotidiana en los que casi cualquier individuo puede reconocerse, siendo esto lo que causa la risa. Por ello, no es de extrañar que posean un fuerte componente situacional, de arraigo al entorno sensorial y a los referentes comunes que rodean a los usuarios y, por tanto, que constituyan un valioso ejemplo de lenguaje corporizado. El enfoque corpóreo que más presente está en los memes es el que hemos denominado *metafórico* (§1.1.1.2; Lakoff 1980, 2012), por lo que son las metáforas corporales el recurso que más se puede explotar en el análisis de las composiciones, si bien el anclaje sensorio-motor de los conceptos que tratan también puede intuirse. Así, a continuación se presentan once casos de los llamados memes de Internet —como ya sabemos, composiciones altamente creativas en las que se combina el código visual con el código verbal, de modo que este último se pone a disposición del primero—, que se dividen según su anclaje semántico más significativo: corporal para los más anclados en el cuerpo humano y “mundanal” para los que se anclan en elementos referenciales concretos del mundo que nos rodea, sin ser necesariamente relativos al cuerpo.

1.1.2.1. Anclaje corporal

En primer lugar, proponemos una serie de memes que dan cuenta de metáforas básicas o primarias, referidas a colores y a otros conceptos igualmente relacionados con la anatomía del ser humano. Sobre las evidencias de la interacción lengua-mundo que se produce en la denominación de los términos de color ha trabajado Penas (2017), entre otros, en la línea de los hallazgos detectados en los memes propuestos. Para algunos autores, existe universalidad lingüística en la nómina de los colores, de modo que el procedimiento evolutivo de asignación de nombres a tonalidades es similar en todas las lenguas (Berlin y Kay en Penas, 2017: 1240). Esto último puede ilustrarse, por ejemplo, con los colores cuya procedencia semántica se ubica en la naturaleza y sus elementos, como *verde* - ‘clorofila’; *rosa, lila* - ‘flor’ (2017: 1239); *blanco* - ‘nieve/leche’ o *naranja* - ‘fruto del naranjo’ (2017: 1253).

(1)

A.



B.



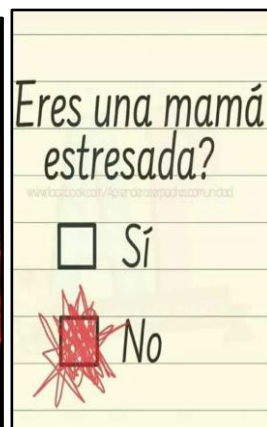
En los casos de (1), por un lado, la metáfora primaria que opera es la que conecta los conceptos abstractos de *mal humor* (1A) y *tristeza* (1B) con “rojo” y “abajo”, respectivamente. La activación de los referentes corpóreos se hace evidente en la elección del color rojo para simbolizar el mal humor en el primer meme —por la concatenación de asociaciones metonímicas mencionadas en §1.1.1.2—, pero, además, en el segundo la ira se refuerza con la aparición de fuego detrás de la cara. Esto interrelaciona semánticamente tres elementos, metafóricamente conectados gracias a su anclaje último en el cuerpo humano: el rojo, el calor y la ira. En cuanto a la *tristeza*, la orientación hacia abajo de la boca de la niña en (1B) confirma, de nuevo, las propuestas de Lakoff (1980, 2012) sobre el origen corpóreo de los conceptos abstractos referidos a las emociones. Además, por otro lado, en los memes se produce la activación de referentes con base en la naturaleza, que son los que se asocian con los conceptos que evocan las metáforas de la composición, como son el azul del mar para *agua* en (1A) y la lava para *abrasor* en (2A). La utilización de estos referentes por parte del autor para manifestar en (2A) la relación semántica hiperbólica entre el calor excesivo de la leche de los bares y la lava de un volcán nos aporta otra evidencia del anclaje en el mundo exterior que tienen los significados de las proposiciones dentro de los procesos cognitivos del lenguaje. En (2B), el concepto abstracto expresado es el *estrés*, que lleva asociados los estados físicos de tensión, irritación y nerviosismo, los cuales implican un aumento de la presión sanguínea. Ello justifica que el autor elija el color rojo para el tachón, mientras que la forma tan remarcada y disparatada de este, rezumando ira, se debe a que ese parece el único modo no verbal posible de manifestar los efectos colaterales de un *estado de nervios* en un dibujo: mediante un código metafórico visual que todos comprendemos y asociamos rápidamente con el estrés o la ira, gracias a que se basa en nuestro propio cuerpo y en la concatenación de sus procesos fisiológicos (aumento presión sanguínea [rojo] > aumento tensión corporal > aumento de la fuerza impresa sobre el trazo [garabato]).

(2)

A.



B.



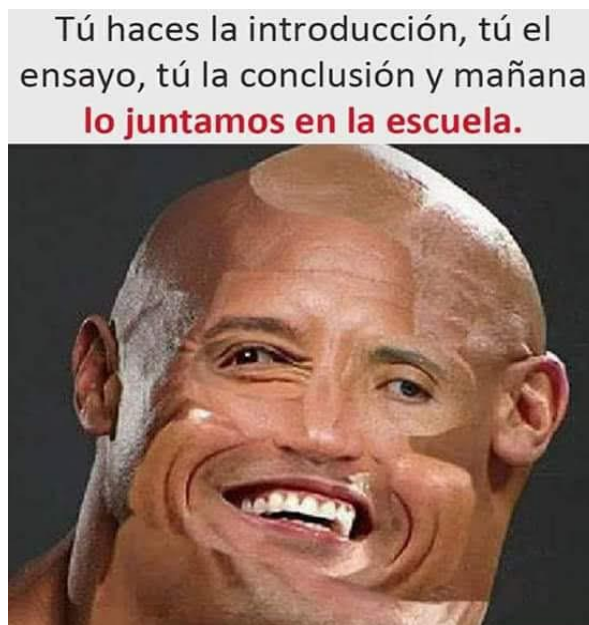
En (3) se recurre de nuevo al color rojo, pero esta vez para simbolizar *dolor*, otro concepto con anclaje perceptivo en el cuerpo humano: el dolor físico conlleva inflamación, que adquiere tono rojo por la acumulación de sangre. Diversos autores ya han dado cuenta de lo evidente de esta asociación entre rojo y sangre, fruto de un procedimiento metonímico (Penas, 2017; Bernárdez, 2008). El meme de (3) explota el concepto *dolor* en su sentido abstracto ('sentirse mal en una discusión'), no físico, pero este lleva asociada la reacción fisiológica del reflejo del llanto, que, en el intento de contenerla, causa la sensación figurada de "un nudo/pinchos en la garganta". Esta sensación no es físicamente dolorosa, pero el autor remite al correlato concreto *dolor físico* > *color rojo* del concepto abstracto *dolor no físico* porque es la única manera de ilustrar gráficamente un hecho intangible. En otras palabras, el modo de proceder del meme, aludiendo a los efectos fisiológicos, revela la base sensorial de una sensación profundamente abstracta. De este modo, vemos que la cognición de conceptos relacionados con los sentimientos y las emociones procede por reminiscencias corpóreas y precisa de simulaciones sensoriales situacionales para concretizar los significados. Lo llamativo de los memes es precisamente eso: cómo la mayoría hacen descripciones gráficas de sensaciones o ideas abstractas recurriendo a elementos simbólicos corpóreos o a referentes del entorno, como base de la cognición de esas ideas.

(3)



El siguiente ejemplo que vemos en (4) pone de manifiesto la necesidad de recurrir al referente corporal para materializar, en código de humor, un concepto tan intangible como es la idea de que en las tareas grupales, los miembros nunca trabajan de forma conjunta y el resultado es inconexo. El hecho de que el autor recurra al rostro humano nos brinda la posibilidad de inferir que el concepto primario de *unidad*, de un *todo*, venga en origen de la percepción de nuestro propio cuerpo. La idea de *coherencia* y de *identidad* como conceptos abstractos igualmente basados en la evidencia corpórea, parecen encontrar en la elección de una cara el modo más primitivo de comprenderse, pues es en el reconocimiento de los rostros donde los animales manejamos inequívocamente dichos conceptos: sabemos quién es alguien por su cara y ello implica tener un sentido de la coherencia conjunta de los elementos que la forman, procesando la visión de la cara como unidad única e inconfundible. Al no producirse esta identificación en el meme, se genera el efecto humorístico buscado.

(4)



Los memes de (5) y (6) también aportan evidencias en la comprobación de las teorías del *embodiment*. En (5), se produce la traducción visual de un modismo verbal, *darlo todo*, al concepto de *plenitud*, el cual puede estar basado primitivamente en el llenado literal de las cavidades estomacales e intestinales⁴. La vinculación de ideas que posibilita la descodificación se realiza gracias a la activación de un tercer elemento con referente en la realidad que todos conocemos, este es, un restaurante bufé libre. Se trata de un ejemplo de abstracción corporizada porque maneja un concepto (el estado *lleno*)

⁴ Gracias al aporte visual de una tripa abultada, sabemos que en este meme el concepto de plenitud se refiere al llenado literal del estómago, pero, por extensión, de forma análoga al modo de proceder en Lakoff 2012, también podríamos esperar que el concepto en su acepción general tuviese un origen corporal.

que podría tener, al igual que los de *unidad y coherencia* en (4), un origen primigenio sensorial en la percepción del propio cuerpo y el de los congéneres.

(5)



En (6), de nuevo se manejan las metáforas primarias de *felicidad* ‘arriba, extendido’ frente a *tristeza* ‘abajo, encogido’. En este caso, el anclaje visual de los conceptos se produce en otro ser vivo distinto al ser humano: la boca del perro abierta y los ojos cerrados se identifican semánticamente como indicios del concepto *felicidad* porque lo son en el hombre. La disposición ascendente de las comisuras de la boca del animal recuerda a la sonrisa humana, y esto supone el despliegue de toda una red de referencias que, en última instancia, remiten al propio cuerpo. Además, las asociaciones también se ven promovidas por la presencia de referentes de la naturaleza (evidencia del anclaje perceptivo en el entorno), que poseen un lenguaje metonímico-metafórico propio: el concepto de *energía* en la luz solar⁵ y la playa, vinculada al significado ‘ocio’; sin olvidar la activación de situaciones conocidas en el repertorio mental (cognición desplazada, §1.1.1.1) que supone el hecho de que visualizar gente reunida sea un indicio de divertimento social.

(6)

⁵ Resulta interesante intentar abordar semánticamente el concepto de *energía* desde este enfoque. El razonamiento nos lleva a una conclusión similar a la alcanzada para los conceptos estudiados en todos estos memes: el sol se identifica con la felicidad porque produce energía mental, y esto último se da gracias al aporte energético “literal” que ejerce la luz solar en el cuerpo, tanto a nivel bioquímico (aporte de vitamina D) como termodinámico (aporte de calor), lo que se traduce en el estado de ánimo óptimo.



Finalmente, en (7) la idea abstracta de estar *emocionalmente destrozado* es metaforizada remitiendo al espectador a un referente visual (un coche), que adquiere capacidades y atributos humanos (personificación del objeto). Esto permite materializar en forma de definición gráfica el concepto inicial mencionado, estableciendo un símil entre el automóvil averiado y el cuerpo de un individuo físicamente “destrozado”. Una vez más, se activan los conceptos *abajo*, *abollado* y *desencajado* trasladados al chasis del coche, como elementos de base humana física y fisiológica asociados a estados traumáticos del cuerpo. Curiosamente, es sabido que los coches son diseñados a propósito con aspecto análogo al del cuerpo humano como estrategia de márketing, con partes simétricas y hasta una cara reconocible, donde los faros simulan los ojos y la matrícula, la boca. Así, cuanto más personalizada es la “cara del coche”, más llama la atención de posibles compradores y más facilita que se decidan a adquirir el vehículo. Por todo ello, no es extraña la presencia en el ideario colectivo de la simulación *coche como cuerpo*, que se justifica en la experiencia interactiva de los individuos con los objetos de la vida cotidiana. Parecen evidencias más que suficientes para admitir, cuanto menos, una notable presencia del cuerpo humano en la cognición metafórica y literal de significados como este.

(7)



1.1.2.2. Anclaje mundanal. Iconismo e hipérbole icónica

Prosiguiendo con el manejo de las teorías y razonamientos que van en la línea de lo corpóreo, en (8) asistimos a un cambio de paradigma en lo relativo al anclaje de los conceptos abstractos del meme. Ya no es posible identificar una referencia corporal tan clara como en los casos anteriores, pero se presentan otros recursos icónicos profundamente enraizados en el mundo exterior que no dejan de explotarse. Así, la simulación de ideas virtuales preconcebidas, en consonancia con la “cognición situada” de Urrutia y De Vega 2012 (§1.1.1.1), es lo que posibilita en estos casos el entendimiento del meme. Esto, como sabemos, se relaciona directamente con las perspectivas corpóreas, en el sentido de que se precisa de la experiencia en el mundo para poder dar cuenta de ciertas asociaciones cognitivas.

En (8A), el concepto *cambiar una rueda*, fácilmente identificable por los individuos gracias a la activación de su repertorio desplazado (§1.1.1.1), se visualiza oponiendo dos referentes universales: el de la imagen del cambio de rueda casero accidental y el del más profesional en una carrera de coches. Sin el dato que proporciona la experiencia no es posible establecer la analogía y decodificar el símil humorístico que plantea el texto *cambiar pañales*. Por otro lado, en (8B) el cartel de la valla, que contiene una imagen presente en el ideario colectivo asociada al concepto de *perro malo* (dibujo de un perro grande con aspecto agresivo), contrasta irónicamente con el chihuahua del suelo, como antítesis a la idea de peligro. El efecto humorístico se produce gracias a que previamente existe en la mente de los hablantes, fruto de la experiencia, el concepto de *perro peligroso*, el cual finalmente no se corresponde con la realidad, produciéndose el choque de referentes anticipado y real que causa la risa (en

esta línea de la anticipación, recuérdese en §2.1 lo relativo a la presonancia neuro-motora). Además, curiosamente volvemos a encontrar la elección del color rojo como indicador de peligro en el cartel, con la respectiva asociación con la sangre que ello implica.

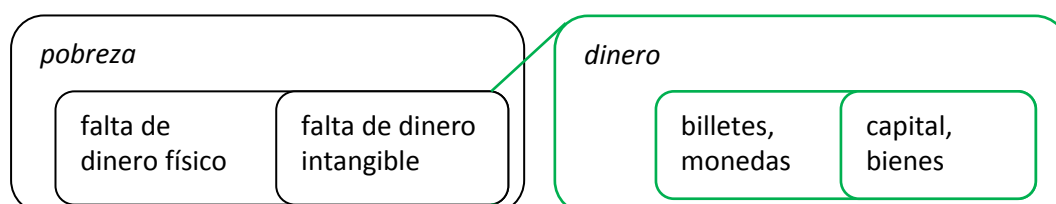
(8) A.



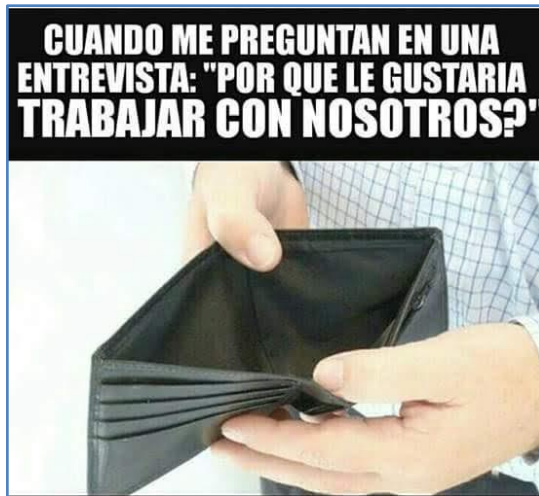
B.



Por último, en (9) la pregunta que plantea el texto exigiría como respuesta conceptos abstractos, desde el preferido por el contratante, hasta el más mundano y honesto (el buscado por el meme), que es la simple y llana *pobreza*. Así, el concepto *pobreza* solo puede ser comprendido en la mente del hablante si este puede recuperar de la experiencia su dimensión concreta: por ejemplo, el hecho plenamente tangible de tener la cartera vacía que se refleja en la imagen (falta física de *dinero*), aunque precisamente el dinero constituya un concepto que no deja de ser bastante abstracto en sus múltiples versiones (el dinero intangible del banco o los conceptos de *capital* y *patrimonio*). Esto último refuerza la idea de que todo concepto abstracto retrocede, en último término, a una realidad palpable (Lakoff, 2012), como es, en el caso del dinero, la falta física de los objetos (monedas o similares) que permitieran en origen la adquisición de bienes. Véase el esquema propuesto al término de este párrafo sobre la incrustación de ideas que se produce en (9) y las dimensiones contenidas en ellas. En conclusión, todos estos modos de proceder semánticamente en ciertos contextos de Internet se conciben como recursos creativos que retroceden al origen, llámese corpóreo, experiencial, tangible o sensorial de las metáforas.



(9)



1.1.2.3. Otros casos

Otros memes hallados en la red pueden ser abordados no tanto en el sentido estrictamente corpóreo del significado —que no deja de estar presente—, sino desde el punto de vista de otros mecanismos que se despliegan en el juego creativo que hay detrás de ellos. Con estos recursos el creador explota las posibilidades de la palabra, pero también logra superar sus limitaciones, pues se obtienen significados completos mediante la intervención de un componente visual no verbal que aporta aquello que las palabras no pueden explicar. Sobre esta forma en que la unidad palabra es retada en la nueva era de Internet, por un lado, en este apartado se hace hincapié, mediante el análisis de mecanismos polisémicos, retóricos y fónicos, en la importancia que la imagen cobra en los memes que circulan constantemente entre los jóvenes usuarios; por otro lado, también en este apartado así como en el siguiente (§1.2) se presentan otros hallazgos de patrones creativos similares que suponen, al igual que los memes visuales, alteraciones en algún nivel de la palabra y asociaciones de referentes por proximidad, pero sin hacer uso de la imagen.

Como sabemos, el mecanismo creativo principal de los memes se consolida mediante la utilización indispensable de una foto o dibujo que, complementado por un texto, es el elemento que otorga el verdadero toque humorístico a la creación. En los cinco casos siguientes insertos en (10), observamos cómo el texto tan solo ofrece pistas sobre una clave de humor que es finalmente fijada por la imagen; en otras palabras, la escritura puesta a disposición de la imagen. A veces, la imagen es incluso la que aporta el concepto o la definición, sustituyendo completamente al código verbal, en una apuesta clara por el referente o contenido en lugar del significante —dentro de la dicotomía que constituye el signo lingüístico—. En (10), esta importancia de lo visual es especialmente sobresaliente: en el primer meme, son los rostros sonrientes al sujetar un panel en blanco los que permiten inferir la intención humorística del texto; en el

segundo, sin la pista visual de la letra característica del colectivo médico —letra a menudo ininteligible— y el atuendo de las personas que aparecen, tampoco es posible descodificar la ironía; en el tercero y cuarto, es también la imagen la responsable del aporte de literalidad, a modo de definición gráfica, que ocasiona la risa; en el último caso, sin embargo, el aporte textual parece lo verdaderamente relevante en pos de causar el efecto de humor.

(10)



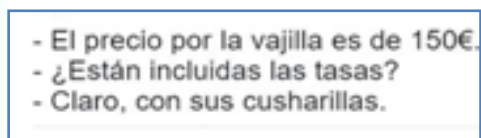
Por otro lado, los memes, además de poseer un marcado contenido visual, con gran frecuencia introducen juegos de palabras mediante la alteración de diferentes parámetros. En (11A) observamos la distorsión de la variable fónica por medio de la asimilación del fonema labiodental fricativo sordo /f/, contenido en la palabra *infierno*, a palabras que no lo contienen y que son los nombres de las estaciones del año; asimilación que se lleva a cabo por la similitud de la voz mencionada (*infierno*) con *invierno*. Por tanto, el mecanismo que opera lo hace desde el significante y el significado, sin olvidar el aporte visual de los dientes del animal, que refuerza la idea de labiodentalidad y otorga el sentido humorístico. En (11B), igualmente se produce un juego creativo basado en la alteración de fonemas por homofonía, esta vez sin el refuerzo visual. La palabra *tasas* parece remitir a la voz *tazas* por la presencia inmediatamente anterior del hiperónimo *vajilla*, elemento que constituye el referente temático principal de la conversación. Así, *tasas* ‘impuestos’ pasa a interpretarse como una mera escritura fonética del hipónimo *tazas*, tal como se pronunciaría en la variante seseante, sátira que se confirma de nuevo con la fricativización del fonema palatal africado sordo en el también hipónimo *cusharillas*. Se produce, por otra parte, una ruptura de campos semánticos: *vajilla*, **tazas*, *cusharillas* / *tasas*, impuestos, gravámenes.

(11)

A.



B.



Ahora bien, no solo los memes juegan con lo fónico; la polisemia de algunas expresiones ocasiona confusiones en el significado de las oraciones, algo que también aprovechan los creadores. Es el caso de (12): una pintada en la pared y un titular de periódico han tomado las expresiones *morir* y *perder la vida* como frases no sinónimas cuando, *a priori*, sí lo son. Si bien en el caso de la pintada la locución verbal polisémica *perder la vida* con el sentido de ‘morir’ podría no haberse utilizado como tal (como sinónima de *morir*), sino con el significado de ‘malgastar la vida, echar a perder la vida’, en el caso del titular de periódico el error es claro. El autor del meme se decanta por el significado de *perder la vida* ‘morir’ para ambas expresiones en las dos imágenes, ya que pretende mostrar lo innecesario de duplicar sinónimos, y esto es lo que ocasiona la risa. Además, la pista definitiva que revela cómo ha interpretado los enunciados el autor nos la brinda el muñeco final que él mismo añade a la composición, pues exclama con rotundidad en un primer momento, pero rápidamente cae en la cuenta de lo absurdo.

(12)



Por otra parte, en creaciones como las de la (13) se opera desde la morfología de la palabra⁶, de forma que los distintos componentes de la unidad a menudo se separan para poder atribuirles referentes visuales de otras voces homógrafas, constituyendo una “definición gráfica”. De este modo, la voz *diabético* se toma como palabra compuesta, resultado de la unión de *Dia* y *bético*, sin obedecer a la verdadera etimología de la voz inicial. Esto permite utilizar las imágenes del logotipo de la marca de supermercado Día y de un aficionado del equipo futbolístico Betis, para elaborar la definición gráfica por adición de los significantes a los que tales imágenes remiten.

(13)



Por último, otros casos de texto creativo carecen de imagen, explotando al máximo las posibilidades de la escritura. Ocurren, bien en el eje combinatorio (i.e. en la oración y su relación con un contexto), bien en el paradigma generando neologismos. Respecto a la primera de las anteriores opciones, en (14) asistimos a un juego de gran ingenio basado en la ortografía y el significado de una palabra, en combinación con la aportación del contexto más actual —el de la competencia entre los taxistas convencionales y los de las nuevas empresas como *Uber*—. Así, se evoca la situación en la que un individuo *vacilase* a un taxista convencional haciéndole una pregunta. Dicha pregunta explota, por un lado, la palabra *vacilar* desde el plano pragmático y, además, aprovecha su polisemia: puede producir en el lector una asociación por contexto con la acción de *vacilar* ‘bromear’, puesto que se estaría produciendo un auténtico vacile, pero, además, en su acepción de ‘dudar’ la voz permite la disyuntiva *dudar entre escribir una palabra con b o con v*, que suscita la ironía. Por otro lado, también se rentabilizan las posibilidades ortofonográficas de *vacilar*: para llevar a cabo el juego contenido en la pregunta, se aprovecha la existencia de la grafía *v*, ya que su transcripción fonológica (/ube/) es casi homófona con respecto al nombre *Uber*.

(14)

⁶ Recuérdese la cuestión relativa a la imposibilidad de establecer compartimentos completamente estancos en los apartados de este trabajo. Aquí, el nivel morfológico interviene inevitablemente en el análisis del meme. Esta circunstancia se repite a lo largo del análisis y especialmente en los dos últimos casos de este apartado.

La Vida Moderna es preguntarle a un taxista si vacilar se escribe con b o con Uber...

En lo relativo a las operaciones neológicas en el paradigma, en (15A) encontramos la palabra *dispulque*. Esto podría constituir un neologismo, resultado de sustituir por metátesis de /p/ y /k/ las dos últimas sílabas de la palabra *disculpe*, por el sustantivo referido a la bebida alcohólica mexicana *pulque*. La sustitución cobra sentido al asociar dicho nombre con el contexto en el que suele aparecer, que es el mismo en que se formularía la pregunta de *qué se va a tomar* —la cual, además, suele ir acompañada del verbo *disculpar*—. Finalmente, en (15B) el neologismo se genera por supresión del segmento silábico *con-* en *conversación* y consiguiente afijación del prefijo *non-*, el cual aporta el significado privativo de ‘no conversación’. Esta modificación es posible gracias a las oraciones anteriores del tuit, pues ambas sugieren significados privativos para la palabra original (una conversación de burla, de connotaciones negativas o, directamente, una conversación nula). No obstante, puesto que existen dos significados privativos, el neologismo suscita cierta ambigüedad en la proposición causal en la que se inserta, pues no solo es posible asociar esta a la oración compuesta que la precede (lo esperable), sino también solo a la segunda cláusula subordinada: ¿se es *tema de nonversación* por estar en boca de alguien, pero siendo criticado, o se es *tema de nonversación* si no hablan de uno? La creatividad se da a dos niveles en la palabra: *non-versación* (prefijación neológica) sobre *con-versación* (falsa prefijación).

(15)

A.

Dispulque usted, ¿qué va a tomar hoy?

B.

sreferible que se burlen de mi, a que ni siquiera se acuerden de uno, pues soy tema de nonversacion.

1.2. Lenguaje jergal

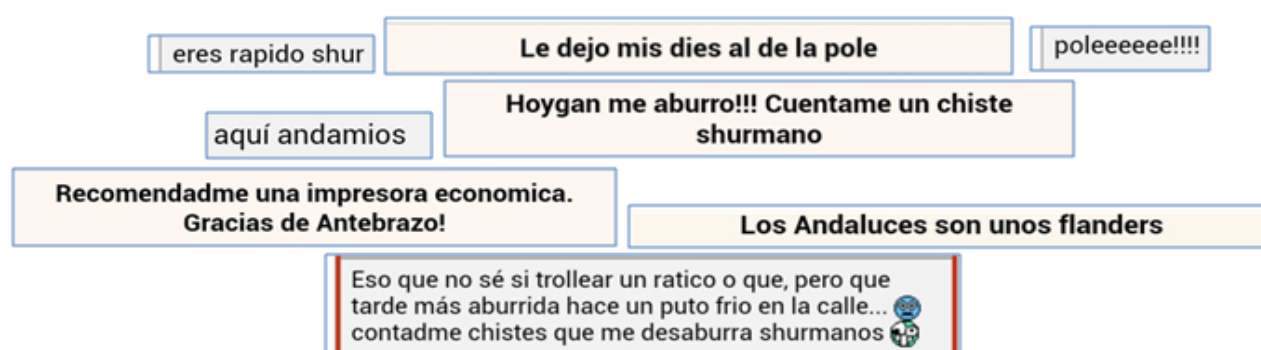
Por otro lado, en la línea de realidades ciberlingüísticas con implicaciones en el modo de proceder desde la semántica, sin dejar de lado otros niveles de lengua como el fónico y el morfológico, detectamos un hallazgo en el habla característica de ciertos foros españoles monográficos. Así, en los últimos años, en algunos de ellos destinados a temas como la política o los automóviles, han surgido una serie de “pseudolenguajes” jergales con terminología de gran innovación e ingeniosidad. El caso más representativo lo constituye Forocoches, una página web dedicada en sus inicios a la automovilística,

que más tarde amplía su espectro a otros asuntos. El perfil del usuario de este foro es un varón heterosexual veinteañero o treintañero, lo que explica la cantidad de términos y expresiones que esta jerga contiene relacionados con la juventud y, sobre todo, con la sexualidad y el género femenino. Los juegos de palabras son el principal recurso en este medio, basados en

- (i) el cambio de significados (como la expresión *pole* ‘pódium de los ganadores’ por ‘primero en comentar un nuevo hilo de conversación’),
- (ii) el juego fónico (gusto burlón por las pronunciaciones meridionales: *hermano* ‘colega’ > *shurmano* > *shur*; *mis diez puntos* ‘darle una puntuación máxima figurada a alguien por haber dicho algo que te ha gustado mucho’ > *mis dies*)
- (iii) o la asociación de significantes por proximidad semántica o gráfica (*gracias de antemano*>*antebrazo*; *aquí andamos*>*andamios*).

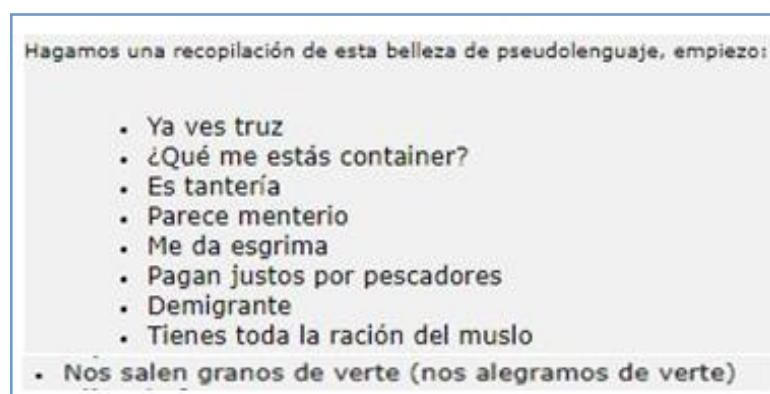
También se dan formaciones posibles desde la morfología mediante mecanismos derivativos, como en *desaburrirse* ‘dejar de aburrirse’, o bien mediante asociaciones metonímico-metafóricas con referentes extralingüísticos, como es el caso de *ser un flanders* (Ned Flanders, personaje quisquilloso de la serie *Los Simpson*). En (16) se muestran las capturas con las expresiones citadas.

(16)



Asimismo, en esta habla son frecuentes otros juegos de palabras basados en diversos mecanismos de alteración de significantes, como los que proceden por paronomasia en los niveles sintagmático (de español-español: *Ya ves tú* / *Ya ves truz*) o paradigmático (de español-español: *pecadores/pescadores*; de español-inglés: *contenedor/container*), tal como muestra (17).

(17)



1.3. Conclusiones

Respecto a las conclusiones parciales de este primer apartado de hallazgos con implicaciones destacables en el nivel semántico, en primer lugar, el enfoque corpóreo del significado parece constituir un componente de anclaje significativo para los memes. Recordemos que este enfoque posee una primera ramificación teórica de base neuronal, que defiende que la conexión entre lengua y mundo, “toma de tierra” o anclaje de las palabras se efectúa por medio de los sistemas sensorio-motores, los cuales se utilizan por igual tanto para los procesos fisiológicos nerviosos generales del cuerpo humano, como para la cognición de los significados. Ello implica la existencia de simulaciones mentales basadas en los referentes conocidos del mundo exterior, las cuales, además, permiten que los significados presuenen en la mente del individuo (concepto de *presonancia neuronal*), con un efecto de anticipación que colabora enormemente en la decodificación de los enunciados del lenguaje. En segundo lugar, hemos visto que otra posible ramificación de la teoría corpórea ha sido trabajada por los autores con miras a justificar la base sensorial que tiene la cognición de conceptos abstractos en la mente del individuo —conceptos que, por otro lado, precisamente han supuesto el principal argumento detractor de la teoría—. Se trata de las metáforas que manejamos constantemente en la vida cotidiana y que resultan tener un arraigo esencialmente sensorial, bien en el mundo sensible exterior, bien en la experiencia sensible del propio cuerpo. Con todo, el pensamiento tradicional no se inclina por los preceptos corpóreos; contrariamente, plantea un sistema de símbolos amodales y reglas combinatorias que configuran el mundo conceptual tanto concreto, como abstracto del individuo.

En los memes es posible extraer indicios de lenguaje corporizado. La existencia en ellos de metáforas conceptuales y otros mecanismos de literariedad anclados en el mundo sensorial proporciona aun más pruebas para afirmar que el binomio lengua-mundo y el lenguaje corporizado son fenómenos intrínsecos a la realidad de los hablantes. Resulta curioso que estas manifestaciones sean altamente frecuentes en el medio de difusión más utilizado hoy en día: las redes sociales, porque ello implica que la lengua “más corporizada” es la coloquial. Por otro lado, del análisis de los memes se deduce que los conceptos abstractos no son precisamente los menos corporizados (la

imposibilidad de explicar los conceptos abstractos como principal crítica a las teorías corpóreas), pues parece que, en último término, todos parten de la experiencia sensible y, especialmente, del propio cuerpo. Prueba de ello es el hecho de que cuando el creador del meme intenta representarlos o, en sentido opuesto, decodificar significados metafóricos, siempre recurre a asociaciones mentales que acaban en lo corporal (uso de referentes corpóreos, como ciertos colores o partes del cuerpo). Además, la mayoría de los memes también precisan de simulaciones virtuales basadas en los referentes reales. De hecho, es en la explotación de esos recursos asociativos en lo que se basa el efecto humorístico. Por todo ello, puede afirmarse que los memes que circulan por Internet manejan los conceptos de *embodiment* en sus múltiples versiones, pues de casi todos ellos se puede deducir una explicación corpórea de forma extensible a lo que aquí se ha realizado. En conclusión, son un ejemplo válido para demostrar que los significados están anclados en el cuerpo y en el mundo, pues ilustran el paso del concepto al significante y de este al referente. En otras palabras, muestran la toma de tierra de las ideas, el anclaje de la cognición en la experiencia y en los referentes compartidos.

Sin embargo, no solo es notorio el anclaje sensorial de los memes. Otros mecanismos basados en la polisemia, en el empleo de figuras retóricas más allá de la metáfora, en el juego con la variable fónica, en la asociación de referentes por proximidad semántica y, sobre todo, en el aporte visual también constituyen hallazgos novedosos que ponen de manifiesto una alta creatividad en los hablantes, en respuesta a una nueva necesidad comunicativa multirreferencial que supera con creces los límites de la tradición verbal.

2. HALLAZGOS MORFOLÉXICOS

2.1. Consideraciones previas

En esta ocasión, se deja de lado la indagación en los procesos semánticos que trascienden a las creaciones y se propone un tipo de hallazgo ciberlingüístico con implicaciones en el plano morfoléxico. Se trata de neologismos creados por medio de procedimientos propios de la morfología derivativa, concretamente la sufijación de sustantivos que resulta en verbos y, a su vez, la sufijación deverbal de estos últimos, por la que se obtienen nominalizaciones. Así, en este apartado se estudia, desde un punto de vista gramatical y léxico, el par sufijal *-ear* > *-eo* en neologismos cuyo uso se detecta en la red. Se proponen posibles análisis sintácticos y aspectuales de diez casos de nominalizaciones deverbales derivadas mediante el sufijo *-eo* y sus respectivas bases verbales en *-ear*, que bien han nacido en los últimos años en la ciberhabla de redes sociales como Twitter, Facebook o Instagram, bien han sido detectadas en dichas redes con especial frecuencia en los últimos tiempos, pero no necesariamente se han originado

de forma exclusiva en el cibermedio⁷. En primer lugar, se procede al estudio de las bases ofreciendo diferentes propuestas de análisis, basadas en ciertas clasificaciones que sugieren las fuentes bibliográficas, así como en los contextos de producción de los hablantes en Twitter. Posteriormente, se abordan las nominalizaciones —también de acuerdo a los tuits de los usuarios—, de modo que se compruebe si los rasgos advertidos en las bases verbales se detectan en los nombres derivados, como sucede en otras nominalizaciones en *-eo* consolidadas, o si, por el contrario, las muestras presentan alguna particularidad debida al cibermedio en el que se inscriben.

2.2. Verbo base

Las bases neológicas que vamos a estudiar en este apartado son verbos denominales terminados en *-ear* que se han originado en el contexto cibernético, como *shippear*, *stalkear* o *trolear*, entre otros, o que únicamente han proliferado en él, sin ser necesariamente originarios o exclusivos del mismo, como *salsear*, *mañanear* o *turistear*. Se trata de verbos que en ocasiones se utilizan en menor medida que su correspondiente nominalización —lo que plantea el problema de la direccionalidad que se mencionará más adelante— y la mayoría son anglicismos crudos o parcialmente adaptados. Los diez verbos que se analizan son: *guasapear* ‘intercambiar mensajes por la aplicación WhatsApp’, *googlear* ‘buscar con Google’, *salsear* ‘cotillear, comentar asuntos morbosos en la red’, *mañanear* ‘aprovechar la mañana haciendo cosas’, *posturear* ‘adoptar de forma hipócrita una postura socialmente reconocible con fines de aceptación o alarde’, *turistear* ‘hacer turismo’, *trolear* ‘vacilar o insultar en la red, normalmente desde el anonimato’, *instagramear* ‘hacer uso de la red social Instagram’⁸, *shippear* ‘manifestar el deseo de que dos personajes públicos o de ficción sean pareja amorosa’ y *stalkear* ‘espíar perfiles en las redes sociales’. Los casos en los que la base es un anglicismo crudo (*stalkear* < *to stalk*; *shippear* < [*relation*]*ship*) se han considerado verbos igualmente denominales, pues la voz ha entrado en la lengua española en forma de nombre (un *stalk*, un *ship*), como demuestran los tuits de (18). En el caso de *shippear*, el sustantivo *ship* no existe en inglés con la acepción a la que el verbo se refiere, pero se ha tomado de la palabra *relationship*, de modo que los hablantes, al igual que en el caso de *stalk*, utilizan el acortamiento *ship* como base nominal. Por otro lado, las principales gramáticas coinciden en las propiedades que aporta el sufijo *-ear* en la incorporación al nombre base, que son las que se manejan a lo largo de las propuestas de análisis de esta sección, recogidas asimismo en próximas referencias a Martín 2007.

(18)

- a. Friendship goals es repartirse el **stalk** con tus amigas cuando quereis enteraros bien de un cotilleo

⁷ A veces se trata de nuevas acepciones o de usos más específicos alejados de la producción oral.

⁸ Esta voz plantea una ambigüedad semántica que será abordada en §2.3.1.

- b. que molesto debe ser el recibir comentarios sobre tu peso, sobre **ships**, sobre otros miembros, sobre un idioma que desconoces o no deseas hablar, cuando tú sólo querías compartir un rato agradable con tus fans por medio de un live

2.2.1. Caracterización sintáctica

Las diez voces estudiadas son verbos monoactanciales inergativos (en ningún caso de tipo inacusativo) y biactanciales, estos últimos con gran tendencia a admitir ambas posibilidades (Serrano-Dolader 1999, entre otros, como rasgo comúnmente reconocido por las gramáticas), tal como ilustran las alternancias de (19): *posturear/posturear algo*, *googlear/googlear algo*, *shippear/shippear a alguien*, *troleear/troleear a alguien*, *instagramear/instagramear algo*, *guasapear/guasapear algo* y *stalkear/stalkear a alguien*. El argumento interno se encuentra más o menos implícito en las variantes inergativas reflejadas en (19a, b, c, d).

(19)

- a. Me hice una foto en calzoncillos muy bonita y no la he subido a IG para **posturear**. ¿Qué me pasa doctor?
a'. No teneis nada mejor que hacer que **posturear** el feliz día del beso?
- b. voy a necesitar dos iPads para **trolleear** a gusto
b'. Amo **trolleear** a Miguelito, me encanta
- c. El "top ten" de hoteles perfectos para **Instagramear**
c'. él **instagrameó** un atardecer trillado
- d. gente de la calle, podeis parar de **guasapear** mientras andais??Os vais a romper los morros
d'. me **wasapeó** que estaba en una tienda, que si quería unos post it que me habían gustado porque los vio y se acordó de mí

Comenzando por el verbo *salsear*, según el *NTLLE* este verbo se registra en los diccionarios desde principios del siglo XX, como localismo murciano, pero últimamente ha proliferado en la red con un significado más restringido. Es de los únicos casos, dentro de las diez muestras, que *a priori* posee inergatividad no alternante (sin variante acusativa posible: **salsear el tema de...*; **salsear a Juan*). Esto se justifica, en primer lugar, por el hecho de que el sufijo *-ear* da lugar a verbos intransitivos inergativos y es el nombre base el que aporta, en todo caso, la transitividad a la voz (Martín, 2007: 295): el sustantivo base *salsa* en su acepción de 'cosa que anima o alegra' (*DRAE*) no es de tipo relacional, esto es, no implica más actantes que el argumento externo, que es quien experimenta el entretenimiento, siendo esta la única herencia sintáctica que puede recibir el verbo denominal, como muestran los tuits de (20a, b). En segundo lugar, podemos justificar doblemente la intransitividad del verbo desde la clasificación de tipos de nombres-base propuesta en Martín 2007, de la que se deduce lo siguiente: por un lado, si consideramos el nombre base *salsa* de tipo

modal —pues más o menos admite la paráfrasis ‘actuar, hablar en N; *actuar en predisposición de cotilleos, de salsa*’—, la inergatividad del verbo queda justificada por la naturaleza de la base modal (Martín, 2007: 291), además de por su carácter no relacional mencionado. Por otro lado, si *salsear* deriva de un nombre de tipo resultativo, ya que también puede llegar a admitir la paráfrasis ‘hacer N; *hacer cotilleo/salsa*’, la inergatividad del verbo igualmente se justifica por (i) de nuevo, la naturaleza no relacional de la base; (ii) la capacidad de los N-base resultativos para generar verbos en *-ear* intransitivos, como *burbujear* o *relampaguear*. Ahora bien, como observamos en los tuits de (20c-d), en realidad estamos ante un verbo de complemento de régimen preposicional (a veces llamado “objeto directo preposicional”), que si bien es prescindible en la variante inergativa, no deja de situar al verbo cercano a la transitividad.

(20)

- a. me gusta **salsear** busco amigo de twitter que se entere de todas las historias para comentarlas
- b. *stalkear* y **salsear** es un arte
- c. Ay, Dios mío es que estoy llorando de la risa y yo no quería **salsear** de nuevo sobre este tema pero xDDD
- d. Mientras llegamos a la cifra, puede que me ponga a **salsear** de #EscritoresInfluencers y sus movidas de patio de recreo

En segundo lugar, *mañanear* constituye un caso mucho más claro de verbo denominal en *-ear* intransitivo. Su monoactancialidad resulta evidente, pues el nombre base del que deriva (*mañana*) no puede denotar argumento interno alguno. La denotación del N-base y, por ende, del verbo es un momento del día (‘la mañana’, significado temporal), al igual que las bases de tipo locativo denotan un lugar y trasladan dicha denotación al V derivado (‘la calle’ en *callejear*, ‘el borde’ en *bordear*). En la misma línea, *turistear* es también puramente intransitivo. Su nombre base *turista* puede considerarse de naturaleza predicativa, pues es posible la paráfrasis ‘actuar como N; *actuar como turista*’. Este tipo de bases derivan en verbos transitivos cuando denotan cargos (Martín, 2007: 293), como sucede en *capitanear*, debido a la capacidad del N para implicar necesariamente dos argumentos (*el capitán* y *el capitaneado*). *Turista*, al no denotar ‘cargo’ ni ningún otro sentido que relacione dos argumentos —pues solo posee el externo—, justifica así la inergatividad de *turistear*. Alternativamente, podemos considerar que la base es *turismo*, siendo de tipo resultativo (admite la paráfrasis ‘hacer N; *hacer turismo*’), lo que tampoco impediría la intransitividad del verbo, justificada de nuevo por la naturaleza sintáctica no relacional del N-base (carente de argumento interno).

En tercer lugar, respecto al verbo *posturear* podemos considerar que este proviene de *postura*⁹, un sustantivo-base de tipo predicativo, pues es posible la paráfrasis ‘actuar

⁹ No está claro el origen de esta expresión. En este trabajo proponemos el sustantivo *postura* porque es el que más se adecua al análisis descriptivo que estamos siguiendo. Los usuarios también relacionan el verbo con el sustantivo inglés *poser* ‘pretencioso, impostor, postureta’, pero este no se corresponde del

como N; *actuar de acuerdo a una postura socialmente reconocible*'. Constituye uno de los casos de doble posibilidad sintáctica, bien como inergativo, tal como muestran (19a) y (21a), bien como transitivo, tal como muestran (19a') y (21b). No obstante, la variante transitiva no está muy justificada desde el punto de vista de la tipología de las bases si consideramos que *posturear* proviene de un N predicativo, pues como sabemos, esta propiedad sintáctica en los verbos de base predicativa se reconoce principalmente cuando el V denota una profesión o un cargo (Martín, 2007: 293), no siendo este el caso. Así, solo es posible justificar la transitividad por la naturaleza semántica última del nombre, independientemente del tipo que sea: actancialmente, una *pose* en realidad implica, además de un argumento externo, un segundo argumento constituido por la pose o postura en sí misma (*lo posturado*). Si, por otro lado, tomamos la base *postura* como resultativa (admite la paráfrasis 'hacer N; *hacer, desplegar una postura*'), la transitividad queda justificada desde el punto de vista del tipo de nombres en mayor medida que en la opción predicativa, debido a la necesidad en los N-base resultativos de precisar de un argumento que informe acerca del objeto resultado (qué postura resultante se pretende demostrar: por ej., la de "ser viajero", la de "estar comprometido con la sociedad", etc.).

(21)

- a. La gente se preocupa más por **posturear** en redes sociales que luchar por sus derechos
- b. Vas a subir más fotos del avión para **posturear** que vas de viaje?

El caso de *trolea* sí proviene con certeza de un N-base predicativo y no de tipo resultativo, pues es inadecuada la paráfrasis 'hacer (un) trol', mientras que 'actuar como un trol' encaja completamente con el concepto que este verbo denota. Así, aunque en inglés existe *troll* (n) con la acepción de 'mensaje, publicación o comentario insultante, vacilante o agresivo', como nombre no se ha importado al español con este sentido sino con el de 'ser maligno de Internet', al igual que en la acepción no cibernética de 'monstruo mitológico maligno que habita en los bosques'. Sin embargo, como en el caso de *posturear*, proponer una naturaleza predicativa para *trolea* supone el mismo problema a la hora de intentar justificar su transitividad —manifiesta en casos como (19b'), *trolea a alguien*— desde el punto de vista del tipo de nombres, pues la presencia de un argumento interno no es lo esperable en los verbos procedentes de sustantivos predicativos si no denotan 'cargo o profesión' (Martín, 2007: 293). Procurando una explicación que justifique finalmente la acusatividad de este verbo y que aluda al significado último del sustantivo base, de forma análoga al caso de *posturear*, podemos intuir que *trol* asume la existencia de dos actantes, pues la malignidad deriva de la presencia necesaria del causador pero también de algo o alguien a quien hacerle el mal. Esto propone una posible vía de resolución simplificada, por la que los hablantes habrían obtenido la variante transitiva del neologismo.

todo con la forma de *posturear* y además ya existe en español (tanto *posar* como *posear* 'posturear, adoptar poses hipócritas'), lo que sugiere una vía originaria necesariamente distinta para el caso estudiado. Todo ello hace pensar que, cuanto menos, la base ha de ser nominal.

En cuarto lugar, tres verbos son de naturaleza instrumental: *instagramear*, *guasapear* y *googlear*. Sus nombres base designan herramientas cibernéticas con las cuales se obtiene algún tipo de bien, tal como indica la paráfrasis ‘hacer algo con N’ (‘*hablar con WhatsApp*’ [el instrumento permite entablar una conversación], ‘*publicar con Instagram*’ [el instrumento permite hacer una publicación], ‘*buscar con Google*’ [el instrumento permite obtener una información]). Por ello, se trata de verbos necesariamente transitivos, ya que su N-base precisa de un objeto resultado real o virtual sobre el que incida el instrumento (Martín, 2007: 294), aunque con frecuencia puedan aparecer también en la forma inergativa con el objeto sobreentendido, doble posibilidad que muestran los tuits de (19c-d’) y (22).

(22)

- a. acabo de **googlear** cuantas neuronas se mueren por una borrachera y la respuesta os sorprenderá: 1 MILLÓN
- b. Vamos a **googlear** un poco!
- c. ¿Es bueno **googlear** antes de una cita? no! Jajajajaja
- d. Y ahora voy a **googlear** el título del libro para saber de qué trata

Por último, los verbos *shippear* y *stalkear* se originan a partir de extranjerismos crudos que pueden ubicarse dentro de las bases de tipo resultativo: responden a la paráfrasis ‘hacer N; *hacer un ship*, *pretender una relación entre dos celebridades o personajes*’ y ‘*hacer un stalk*, *un espionaje*, *un husmeo de algo en las redes sociales*’. Ambos verbos son de naturaleza preferentemente biactancial, como muestran los ejemplos de (23a-e) —característica a la que se prestan especialmente los derivados de N resultativo (Martín, 2007: 302)—, aunque, como es de esperar, los hablantes también producen oraciones con omisión del argumento interno, como en (23f-h).

(23)

- a. **shippeo** mucho a angela y agustin
- b. Las **shippeo** fuertemente
- c. Acabo de **stalkear** a un antiguo compañero de clase y potando con la de mierda que twitteo
- d. **stalkear** los mg es peor q una puñalada
- e. **Stalkear** los fy son un viaje de ida
- f. SI **SHIPPEO** MAS EXPLOTO
- g. Vivo en mi mundo de fantasía jajaja me he dao cuenta porque he visto salseo en tu cuenta y he ido a **stalkear**
- h. Yo después de entrar a **stalkear** y de ver algo que no quería

2.2.2. Caracterización semántico-aspectual

En lo referente al aspecto general de los verbos denominales en *-ear*, cabe destacar la tendencia del sufijo a generar derivados atélcos inergativos (Martín, 2007: 308), siendo la base nominal la responsable de acotar o no acotar la acción. Así, este tipo de verbos suelen ser actividades, lo que se relaciona con el significado

frecuentativo que a menudo se les atribuye. En efecto, los diez casos estudiados parecen inclinarse más hacia la interpretación frecuentativa atética que hacia una telicidad en el acto que denotan, con algunas excepciones que se tratarán en este apartado. Por otro lado, la frontera entre habitualidad e iteratividad no suele ser clara en las formaciones en *-ear* (Serrano-Dolader, 1999), una tendencia que se observa en los verbos estudiados.

En primer lugar, *mañanear* y *turistear* constituyen actividades con duración, pero sin telicidad; i.e., no necesitan llegar hasta un punto final para haberse producido. En el caso de *mañanear*, el verbo restringe su acción al lapso de tiempo de la mañana, por lo que en ese sentido es ciertamente delimitado, aunque denote una actividad habitual y no tanto una duración más específica. En el caso de *turistear*, el verbo admite delimitadores de la duración de la acción, como son el verbo *durar* (*El turisteo duró 3 horas*) o los complementos de tiempo (*Turisteamos durante 3 horas*). Si en *turistear* aceptamos la interpretación de verbo proveniente de N-base predicativo, el derivado encaja con lo esperado para este tipo de bases: acciones atéticas sin duración específica, que pueden hacerse habituales o puntuales con complementos o auxiliares (Martín, 2007: 298). La búsqueda en Twitter arroja resultados que asumen de forma más o menos explícita un complemento locativo, el cual no tiene la capacidad de delimitar la acción, pues no es posible saber cuántas veces se “turistea” el lugar (tuits de 24a-c), mientras que otros casos, como los reflejados en (24d-g), presentan los delimitadores temporales mencionados.

(24)

- a. Me lo decís en la cara ehhhh! AJAJAJAJ no voy a **turistear** por la ciudad
- b. Ya quiero **turistear** por la ciudad y **pueblear** 24/7
- c. Pues habrá que **turistear** también un poco.... en Málaga Cathedral
- d. si **turisteamos** por 12 hras luego x la noche no pretender cohetes jjaj
- e. **turisteamos** durante más de una hora al día por el metro de la cd. #TipicoDeLosPobres xD
- f. 5 horas de camino a Basel, Suiza...3 horas **turisteando** y 5 de regreso....lo rescatable?? fue por 7€ y 5 Francos xD Hahahaha
- g. @CelitaaC me ha encantado Salamanca, **he turisteado** 4 intensas horas sin parar

En segundo lugar, *salsear* denota una actividad atética significativamente inacotada. Si lo consideramos como verbo de N-base resultativo (§2.2), esto se podría justificar por el carácter incontable y continuo de su base (*salsa*) o por la falta de un objeto que marque el final del proceso (Martín, 2007: 299). Si, alternativamente, consideramos el N-base de tipo modal (como en *cuchichear*), su aspecto también se ve justificado, de nuevo porque la base *salsa* no denota un objeto contable y no hay argumento interno explícitamente delimitador (Martín, 2007: 302). En cuanto a su interpretación semántica, podría hablarse de cierta iteratividad, ya que el N-base no fija la cantidad de eventos que constituyen la acción (Martín, 2007: 301): el *salseo* puede implicar subprocesos repetidos.

En tercer lugar, *posturear* y *trolear* parecen cumplir las expectativas en cuanto al aspecto como verbos de sustantivo-base predicativo: denotan actividades atéticas no delimitadas que pueden hacerse puntuales o habituales en un contexto determinado

(Martín, 2007: 298), lo que sucede en oraciones como *Me han troleado durante 3 horas* o el futuro caso de (27h) en §2.3 (*El troleo más grande de mi vida duró 24 horas*). Otros autores afirman que este grupo de verbos denota acciones habituales o frecuentativas por sí mismos, sin necesidad de complementos o contextos específicos (Pena, 1993; Rifón, 1997). En el caso de *posturear*, el significado que se desprende de la expresión está más próximo a un estado (‘gustarte una pose’) que a una acción con principio y fin. En el caso de *troleear*, el verbo implica un proceso atético que puede constituir una actividad habitual (temporalmente inacotada). Cuando aparece su argumento interno (*troleear a alguien*), este tampoco es capaz de limitar la acción, porque se trata de una situación durativa (se puede troleear a la persona infinitamente). Por todo ello, parece que *troleear* es esencialmente no delimitado y solo puede ser temporalmente acotado por verbos o complementos de duración, como los mencionados recientemente.

En cuarto lugar, *instagramear*, *googlear* y *guasapear* son, como ya se ha mencionado en §2.2, verbos de N-base instrumental. Este tipo de derivados, pese a que implican un argumento interno —explícito o implícito; recuérdese (19c-d’) y (22)—, son aspectualmente no delimitados, puesto que ni el N-base ni dicho argumento interno tienen la capacidad de indicar el punto final de la acción (Martín, 2007: 301). Con todo, en §2.3 comentaremos las peculiaridades aspectuales de los procesos de *instagrameo* y *guasapeo*.

Por último, los verbos denominales de base resultativa *shippear* y *stalkear* presentan el aspecto esperable dentro de su tipología, especialmente el segundo. El primero de ellos se asemeja a un estado, en una paráfrasis similar a “me gusta esa pareja (‘la *shippeo*’)”, por lo que su atelicidad es clara y aun presentando un argumento interno explícito, este no supone una entidad que limite la acción a su existencia. Es decir, al contrario de lo que sucede en *trocear un tomate* (verbo resultativo), donde la acción se termina cuando el objeto deja de existir, en *shippear a alguien* la persona no marca límites a la acción, pues no deja de existir al terminar el *shippeo*. Además, respecto a su interpretación semántica, el N-base tampoco limita el número de procesos o repeticiones que implica la acción (Martín, 2007: 301), por lo que podría considerarse un verbo iterativo. Lo mismo sucede con *stalkear*, el cual denota aun más repetitividad en la ejecución. De hecho, en la práctica, *shippear* suele consistir en repetir constantemente por las redes sociales el gusto por una pareja irreal, y *stalkear* a menudo consiste en entrar repetitivamente en el perfil de alguien en una red social, revisando sus posibles actualizaciones. En cuanto al aspecto de *stalkear*, no cabe duda de que se trata de una actividad, pues puede tener duración (*Después de stalkear durante 2 horas, descubrí que mi ciber crush tiene novio, desde hace años...*) pero no telicidad: en cualquier momento que cese, se puede decir que se ha producido.

2.3. Nominalización

Ahora bien, una vez analizados los verbos base, las nominalizaciones presentan rasgos que deben cotejarse con los de aquellos, para comprobar si la derivación se produce del mismo modo que en otras nominalizaciones en *-eo* consolidadas. Esto es lo

que constituiría el hallazgo morfológico cibernético verdaderamente novedoso para la lengua. Lo esperable es que se trate de nombres de acción que heredan las mismas características léxicas y gramaticales que sus bases (Serrano-Dolader, 1999), al igual que sucede en el proceso derivativo recién estudiado en §2.2, por el cual se forman verbos en *-ear* a partir de nombres ($N_{simple} > V_{-ear}$), con herencia de sus rasgos. La clasificación que proponemos para estudiar las nominalizaciones en *-eo* (Martín, 2007; Santiago Lacuesta y Bustos Gisbert, 1999) reconoce para estas, al igual que para las formaciones en *-ear*, los tipos *agentivo* o *predicativo*, *instrumental*, *resultativo* y *locativo*. Respecto a las características básicas del afijo y su incorporación, las principales gramáticas (NGLE; Santiago Lacuesta y Bustos Gisbert 1999) coinciden en determinar que (i) el sufijo *-eo* aporta habitualidad a la acción (casi todos los N resultantes son actividades), (ii) es especialmente productivo en el español de América y, sobre todo, (iii) es proclive a la formación de neologismos, como es el caso de las voces estudiadas en este trabajo.

2.3.1. Acogimiento de rasgos del V-base

En primer lugar, *mañaneo* y *turisteo* —nominalizaciones, al igual que sus verbos base, no originarias de la ciberhabla pero sí presentes en ella de forma más notoria que la lengua oral—, son nombres de acción que parecen utilizarse en mayor medida que el verbo correspondiente. El carácter inergativo y el aspecto atético de su verbo base, con posibilidad de ser delimitado por un complemento de tiempo y con abundante presencia de complementos de lugar, se preservan en la nominalización, y así lo atestiguan los tuits recogidos en (25).

(25)

- a. yo no me voy de "trankis" yo me voy de **mañaneo**
- b. **Mañaneo** por Madrid disfrutando como una loca
- c. **De mañaneo** por Getafe. @ Calle Madrid
- d. me asustais..hasta qué hora ha durado vuestro **mañaneo**? jajaja
- e. por qué las asiáticas que vienen a Málaga **de turisteo** visten TAN BIEN??
- f. Atocha. **Fin del turisteo** por Madrid. Me ha durado poco el entretenimiento¹⁰
- g. Casi 3 horas **de turisteo**! □ #Valladolid es muy bonita!

En segundo lugar, *salseo* preserva respecto al verbo la monoactancialidad, manifiesta en casos como los extractos de (26a-b), aunque a menudo puede aparecer el complemento preposicional-tema, al igual que sucedía en la base (§2.2.1), como se ve en (26c). El aspecto se mantiene atético en la nominalización, pero con posibilidad de limitación de la duración, como se observa en (26d).

(26)

¹⁰ Este es un caso curioso, pues es un complemento de lugar y no de tiempo el que manifiesta la delimitación de la acción, estableciendo un punto físico que pone final a la duración del turisteo y permite la utilización de las expresiones subrayadas *fin* y *durar*.

- a. Me da rabia que me sigáis tantos conocidos/amigos en tw porque quiero comentar algún **salseo** o quejarme de alguien, pero no puedo porque os enteráis todos: frustración máxima
- b. Además q lo mejor de las mitologías es el **salseo** entre los dioses, ya me dirás tú q hace un dios y encima q crea el mundo en 7 días
- c. Tras todo el **salseo** que hubo ayer sobre el staff de la SE, hay que dar la enhorabuena a TODOS
- d. Acabo de leerme todo el hilo del **salseo** y joder 10 horas y mazo competitivo ('*el salseo duró diez horas*')

En tercer lugar, *postureo* y *troleo* presentan ciertas peculiaridades respecto al resto de muestras. La primera de las dos nominalizaciones mencionadas se utiliza mucho más que su correspondiente verbo en *-ear* (encontramos *postureo* muy difundido entre los usuarios, mientras que estos con frecuencia no saben de la existencia de *posturear*), y difícilmente con la herencia de transitividad de la variante verbal acusativa (*posturear algo* > #*el postureo de algo*), como se observa en (27a-b), donde la nominalización aparece como nombre inergativo de aspecto atético. Esta falta de herencia actancial respecto de la base, junto con el hecho de que el verbo se utiliza bastante menos que la nominalización, podrían ser indicios de una direccionalidad inversa en la generación del neologismo, algo que ya ha sido observado por algunos autores en las formaciones en *-eo* (NGLE; Hernando Cuadrado, 1998) como un hecho difícil de determinar: ¿qué surgió primero, *postureo* o *posturear*?¹¹ Por su parte, *troleo* plantea la situación contraria. El verbo resulta más frecuente que la nominalización, la cual no siempre hereda el argumento interno y tiende a comportarse como variante inergativa de su correlato verbal *troleo a alguien* (los casos intransitivos como el de (19b) parecen ligeramente más frecuentes que los transitivos). No obstante, al igual que en el caso de *postureo*, esto no niega la existencia igualmente detectada de casos cercanos a la transitividad, siendo posible encontrar manifestaciones del tema, del agente o del destinatario, como se observa en (27c, d, f, g, i). En lo referente al aspecto, *troleo* comparte con el verbo la atelicidad y el carácter de actividad, aunque con posible duración explicitada, como se ve en (27h).

(27)

- a. lo de las pulseritas y las banderas en las terrazas es más **de postureo** y atrezzo que otra cosa
- b. tanto **postureo** os esta dejando sin personalidad, y eso q ya no teníais mucha...
- c. menudo **postureo** se traen con los putos nudes d los cojones

¹¹Si bien de acuerdo a la evidencia que proporcionan las fuentes, podemos desestimar la existencia de un sufijo *-eo* que se afije directamente a nombres (**postura>postureo*), podríamos estar ante un tipo de formación regresiva (Hernando Cuadrado 1998; Martín 2007; NGLE sobre el concepto de derivación regresiva) que justifique el hecho de que primero se manifieste la nominalización y, posteriormente, el verbo: el V no se difunde en el uso hasta que la nominalización no está consolidada (*postura[>posturear>]postureo*), pero ello no niega la existencia del paso intermedio [*>posturear>*], de forma que la verbalización aparece porque el proceso, de algún modo, “vuelve para atrás” (*postura>posturear←postureo*).

- d. Hoy es un día en el cual instagram se llena de puto **postureo** d gente q dice querer mucho a su madre, pero luego le roba dinero pa gastarselo en sus vicios
- e. Debe de ser un **troleo** de esos épicos
- f. **El troleo** de esa gente es fenomenal
- g. **TROLEO** al Administrador del Juego de la Ballena Azul
- h. **El troleo** más grande de mi vida duró 24 horas
- i. Rito me acaba de meter un buen **troleo** con los cofres

En cuarto lugar, *instagrameo*, *googleo* y *guasapeo* son formaciones menos usuales con respecto a sus bases verbales. Con todo, las producciones de los hablantes en la red social Twitter parecen conservar el argumento interno en el caso de *instagrameo* y *googleo* —(28b, g, h, j, k, l)—, pero no en el caso de *guasapeo*, pues resultaría tautológico (“el *guasapeo* de *guasaps*”; retomando 19d’: **el guasapeo de que estaba en una tienda*). Así, parece que este nombre tan solo puede conservar los participantes, como en (28f). El aspecto de todos ellos se muestra atético en la variante inergativa, pues se trata de actividades, al igual que en el correlato verbal en *-ear*. El caso de *instagrameo* presenta mayor complicación aspectual, pues es semánticamente ambiguo: en la variante inergativa significa ‘uso iterativo de la aplicación Instagram’, pero en presencia de un argumento interno, el significado se restringe y solo se refiere a la publicación o subida de una o varias fotos, como atestiguan los tuits de (28g-k). Por tanto, en la primera acepción, la acción es una actividad necesariamente atética, pero en la segunda, la presencia de un argumento singular en casos como los de (28g-i) parece marcar un punto de culminación en la acción, posterior al proceso durativo previo y coincidente con el momento en que se hace efectiva la publicación, lo que semánticamente acerca al N al estatus de realización (como *pintar un cuadro* o *construir un edificio*). Sin embargo, en (28j-k) el número plural del argumento interno parece impedir la interpretación de realización, pues las expresiones *comenzar* y *acabar* tan solo expresan la existencia de un proceso durativo, sin punto culminante necesario para que la totalidad de la acción se haya producido (actividades). Aun así, esto no parece negar la existencia de subprocesos singulares téticos internos a la actividad.

El caso de *googleo* es aspectualmente mucho más claro, pues tanto en presencia del argumento interno —(28l)—, como en su ausencia —(28d)—, denota un proceso continuo y atético de lectura diversa de información, que puede cesar en cualquier momento habiéndose producido (una actividad) (Martín, 2007). Además, en el caso de *guasapear*, la iteratividad, como denotación frecuente en las formaciones en *-eo* y *-ear* (NGLE, Hernando Cuadrado 1998, Serrano-Dolader1999, Martín 2007), es clara: el *guasapeo*, a diferencia del *instagrameo*, siempre consiste en un intercambio repetido de mensajes y no en un único envío, lo que se traduce en una suma de subprocesos ilimitados, siendo esto lo que genera el carácter iterativo de la acción.

(28)

- a. ¿Vas por la calle abducid@ con tu #móvil dándole al **guasapeo/instagrameo/tuiteo** y sin mirar hacia adelante?
- b. Mañana le sigo en el **instagrameo** de todas las categorías que restan
- c. se acabo el **instagrameo** de hoy :(hora de seguir con la soledad

- d. Gracias! Me ahorró el **Googleo**
- e. La campaña más polémica contra el **wasapeo** al volante
- f. Hay quien ha querido ver escrita en el **guasapeo** con el exconseller la nota de suicidio del procés y hasta una transcripción al catalán de 'El grito' de Munch con marco y todo
- g. Estoy presenciando el **instagrameo** de una ventana lluviosa en el bondi
- h. Es fundamental acompañar el **instagrameo** de selfie con una frase conmovedora
- i. El **instagrameo** de las 19:03 #southpark
- j. Ya se acabo #ss14 y con ella el **instagrameo** de pecaó frito y playas mortificadoras que ni en tus sueños sabías que habían en RD.
- k. Que comience el **instagrameo** de invitaciones a la fiesta chivas en 3, 2, 1...
- l. aquí inaugurando el **googleo** de síntomas este 2018

Por último, *shippeo* y *stalkeo* aparecen en las producciones de los usuarios tanto como sus respectivos verbos en *-ear*. Como nominalizaciones, parece que ambas tienden a utilizarse inergativamente con mayor frecuencia que transitivamente, al contrario de lo que ocurría con el verbo. Aspectualmente, *shippeo* presenta una atelicidad y falta de duración limitada cercanas a las de los estados, al igual que *shippear*; mientras que *stalkeo*, también del mismo modo que su correlato verbal, sí puede presentar una duración interna limitada sin dejar de ser una actividad (y por ello, atética). Todo esto puede comprobarse en los extractos de (29).

(29)

- a. Hay un límite de **shippeo**? porque no lo encuentro realmente
- b. que risa me dan los **shippeos**
- c. Como puede ser el **shippeo** de totty y mío? Den ideas
- d. Estoy haciendo el **stalkeo** de mi vida
- e. A veces el **stalkeo** se me va de las manos
- f. Preparen sus mejores tuits para el **stalkeo** diario
- g. Hoy el **stalkeo** ha durado poco

2.3.2. Otras observaciones

No ha pasado desapercibida, entre los autores, la falta de rivales para los sufijos *-eo* y *-ear* en la formación de neologismos (Santiago Lacuesta y Bustos Gisbert, 1999: 4587), algo que se atestigua en este trabajo. La única excepción la presentan las nominalizaciones *stalkeo* y *shippeo*, que alternan con las bases verbales no adaptadas *stalk* y *ship*. De ese modo, se deduce que en realidad estas han sido importadas como sustantivos (§2.2; de ahí que en esta investigación *shippear* y *stalkear* se hayan considerado verbos denominales) y su uso alterna con el de la respectiva nominalización en *-eo*, como pudo observarse en (18).

Por otro lado, algunos nombres tratados plantean el problema de la direccionalidad (NGLE: 585) mencionado en §2.3.1. En los casos estrictamente

ciberlingüísticos, es posible que la difusión de N y V haya sido simultánea tras la aparición de la nueva realidad cibernética, como en las voces que designan una práctica social (*shippeo*, *salseo*, *stalkeo*, *troleo*), pero no tanto así en los derivados nominales de aplicaciones de *smartphone* (*instagrameo*, *guasapeo*), los cuales se prestan más a ser utilizados como verbos en *-ear* que como nominalizaciones en *-eo*.

2.4. Conclusiones

Las conclusiones alcanzadas para esta parte se resumen en la coincidencia general de rasgos gramaticales de las bases y de las nominalizaciones, con algunos cambios reseñables en el uso de unas u otras, pero no en la naturaleza léxico-gramatical¹². Las predicciones de Martín (2007) para los verbos en *-ear* según el tipo de N-base se cumplen en la mayoría de los casos aquí estudiados, pero, como hemos visto en los distintos análisis que hemos ofrecido, existen algunos aspectos que no siempre encuentran justificación en dichas propuestas bibliográficas¹³. Destaca el hecho de que en este tipo de derivados la inergatividad sea, con gran frecuencia, una opción válida tanto en el N como en el V en contextos inespecíficos. Así, apenas existe restricción intrínseca a las voces —con las excepciones claras de los verbos puramente intransitivos inergativos *mañanear*, *turistear* y quizás *salsear*—, de modo que los usos acusativos e inergativos dependen en gran medida de los contextos; es decir, en general parece que se trata de palabras sintácticamente más flexibles que otros neologismos no ciberlingüísticos. En conclusión, a grandes rasgos el sustantivo hereda las características sintácticas y aspectuales del verbo en el proceso de nominalización, como sucede en otras ya consolidadas.

3. HALLAZGOS DISCURSIVOS

En esta ocasión, nos adentramos en el nivel discursivo de la ciberhabla y vamos a la búsqueda de otro tipo de fenómenos que puedan resultar novedosos para los modos de proceder tradicionales del lenguaje. Como ya sabemos, de nuevo las interferencias entre niveles de lengua son inevitables en la exposición de los contenidos. En esta sección se presta especial atención al recurso *hashtag*, el cual se propone como una herramienta de discurso innovadora, de la que los hablantes hacen un peculiar uso en las redes sociales.

3.1. Consideraciones previas sobre Internet y el fenómeno *hashtag*. Hablar en *hashtags*: ¿hacia un lenguaje conceptual?

¹² Las diferencias entre N y V responden a motivos de difusión desigual y preferencia de uso, pero en ningún caso se observa imposibilidad estructural para manifestar mismas propiedades léxico-gramaticales.

¹³ El principal problema que plantean estas voces es la dificultad que tienen la mayoría de ellas para ser catalogadas claramente como un solo tipo (resultativo o predicativo o modal, etc.), probablemente debido a su corta vida y consiguiente falta de especificidad. Esto ha hecho que haya sido necesario barajar diferentes análisis a lo largo de la sección, cuando las propuestas bibliográficas no han podido predecir los rasgos.

Como ya sabemos, en los últimos años asistimos a la renovación del lenguaje en el medio digital. El texto puesto al servicio de la imagen como fenómeno ampliamente estudiado en §1, donde encontramos el montaje digital humorístico que constituyen los memes, objeto de estudio de este trabajo, y otros muchos casos de realidades cibernéticas altamente creativas en detrimento del código estrictamente verbal son fenómenos en pleno auge que transitan por la misma línea de innovación que el que nos ocupa en esta ocasión: los *hashtags*¹⁴. Pese a su nacimiento en Twitter, los hashtags o etiquetas para clasificar y dar visibilidad a los contenidos de las publicaciones invaden hoy en día los textos que se producen en redes sociales, foros e incluso páginas web cualesquiera alejadas de la red social originaria. La herramienta, que consiste en la colocación de una almohadilla “#” al inicio de una palabra o conjunto de palabras escritas sin espacios, con el fin de situar el texto o la imagen precedentes en el marco de un tema concreto (de forma que sea visible cuando alguien introduce el hashtag en los motores de búsqueda), comenzó por contener un mero nombre propio que aludiese, por ejemplo, a un programa, a una serie de televisión o a un acontecimiento público, entre otros posibles tipos de evento (Cui *et al.*, 2012), pero ha ampliado considerablemente sus posibilidades. Tanto es así que hoy en día podemos encontrar oraciones completas en forma de hashtag, las cuales podrían ser perfectamente integradas en el cuerpo del texto precedente, enunciadas sin necesidad de convertirse en etiqueta, máxime cuando el hashtag no existe anteriormente y no aporta al tuit ninguna visibilidad. Además, el recurso ha traspasado las fronteras de Twitter, de manera que ya se utiliza en otras redes sociales que no cuentan con la limitación de caracteres existente en la red mencionada, y que podría ser la responsable de que sintagmas e incluso oraciones se lleguen a condensar en un único y largo enunciado, como podemos observar en algunos de los ejemplos de (30). Por este nuevo uso se deduce que la herramienta ya no solo sirve para contextualizar un contenido, sino que puede introducir, en lugar de meras etiquetas temáticas, fragmentos de discurso que, en ocasiones, conforman la totalidad del mensaje. Partimos de la consideración de que con este “lenguaje hashtag” podríamos estar ante una nueva forma de expresividad casi conceptual, transgresora con las normas de puntuación esperables: la joven herramienta comunicativa nacida en Twitter parece basarse más en una síntesis de los mensajes en conceptos que en los principios de elaboración textual convencional. Así, se prescinde de la redacción trabada hipotáctica y se prefiere una elección expresiva cercana a la parataxis, propia de situaciones informales o contextos compartidos y que, además, tiene antecedentes históricos en la lengua, como por ejemplo en los textos medievales. Concretamente, en este trabajo investigaremos el fenómeno en los marcadores del discurso.

(30)

#estatemporadafelizosamo#felizhaciendoelmal

¹⁴ En adelante, la cursiva no será utilizada repetidamente en esta palabra, pese a ser voz extranjera.

laveromoral Que hace frío... pues nos buscamos un trópico @martahazas 🕶️🍹 #vivirjugando #amordeamiguita 💕

Ver los 6 comentarios

martahazas #amorcitodelbueno 💕💕💕

#quenosgustaunahistoria
#yelladespuesdelbesolvioaver
#yseenamoraronmastodavia
#yaviviralaplayaaponerunchiringuito 🍷💕

maria_castro_jato No sé si cambiar el helado por el turrón!

#alricosome #navidadesalsol
#aunquepreferiríalanieve
#conquehagoyomimueñecodenieve
#hoyesundiadereflexion #habeissidobuenos
#yobuenisima 😊 #papanoelstacargandoyaeltrineo
#lamagiadelanavidad #ilusion

paulifg_04 Guapa guapa y guapa,en #blancoynegro en #color o en #loquetedelagana ERES LA MEJOR

octavipujades Coche ecológico. Pero EN SERIO.
#actor #madrid #coche #cesped #hierba #verde
#ecologico #peroraro #car #green #weird #grass

Con respecto a la idea de un lenguaje conceptual, la noción de condensación y brevedad en la escritura de la red (Cassany, 2006, 2012; Penas, 2018; Crystal, 2002; entre otros), llevada al máximo exponente en esta nuestra *era hiperdigital* (Feixa, Fernández y Figueras, 2016), ha formado parte de las caracterizaciones de la ciberhabla desde sus inicios. No obstante, también encontramos este rasgo en las lenguas aislantes como el chino, donde las oraciones parecen construirse por una sucesión de conceptos con menor ligamiento formal entre palabras que en el español —cuyo discurso resulta más trabado y complejo—. Por otro lado, la posibilidad de un lenguaje conceptual en los usuarios y su afán por “enhashtar” los mensajes parece conectar con la idea ya abordada en §1 de que el mundo funciona mediante metáforas conceptuales (Lakoff y Johnson, 1980) y también con los principios más primitivos del lenguaje natural (Lema, 2005). Dejando a un lado las cuestiones de corte semántico preferentemente tratadas en apartados anteriores, en esta sección acotaremos el estudio a los marcadores del discurso y sus posibilidades en la herramienta hashtag, por resultar ser el hallazgo que más ha extrañado en la investigación. ¿Es acaso esperable encontrarlos? De ser así, cabe preguntarse en qué modalidades se dan, a qué necesidad responden o si solo se trata de un recurso estilístico.

3.2. MMDD (marcadores discursivos) en hashtags

3.2.1. Hipótesis de partida

Puesto que los hashtags encuentran su utilidad en la demarcación de un contexto para un contenido principal —una fotografía, un vídeo o un texto previo—, con la finalidad adicional de incentivar la visibilidad del tuit, que este pueda ser contabilizado y, en consecuencia, contribuir a elevar el hashtag al estatus de *trending topic*, no parece esperable encontrar marcadores del discurso conformando hashtags por sí solos. No obstante, existen. En los siguientes apartados se procederá a analizar los hallazgos en la red social Twitter de marcadores del discurso enhashtados, tanto individualmente como dentro de un enunciado superior. No se trata, en ningún caso, de un estudio cuantitativo estadístico que pretenda arrojar resultados representativos sobre la frecuencia del fenómeno, sino de una investigación cualitativa que muestra algunos de los casos existentes y sus formas posibles.

3.2.2. MMDD aislados de “nombre propio”

Al realizar las primeras búsquedas en la red social, lo primero que llama la atención es la existencia, esperable, de marcadores del discurso aislados mediante la herramienta hashtag que aluden a nombres de periódicos, programas, canciones o algún tipo de entidad predeterminada:

(31)

- a. No soy un bot, aseguran a **#SinEmbargo** seguidores de @RafaMorenoValle
- b. El dinero desaparecido por 15 ex gobernadores paga 103 mil casas nuevas de 2 millones cada una' **#SinEmbargo**: <http://bit.ly/2yffYim>
- c. Sintoniza ahora **#SinEmbargo** 95.7FM
- d. De sobra sabes que eres la primera #joaquinsabina **#sinembargo**

Se trata de usos autonímicos o “de cita” que responden a la necesidad original por la que la herramienta fue creada; esta es la de señalar una entidad concreta, fijada mediante el comando para crear un sentido de oficialidad y de adscripción del tuit a una misma temática que otros que contienen el mismo hashtag. Este uso de nombre propio no resulta relevante desde el punto de vista discursivo, ya que el marcador no está actuando como tal. No obstante, en lo referente a los hashtags en general, es destacable cómo la funcionalidad mencionada de “adscripción oficial” se ha desvirtuado en casos como los de (31): la configuración manual de la herramienta hace que los usuarios puedan producir un mismo hashtag con variantes gráficas (minúsculas, mayúsculas, etc.), como se observa en (31a, b, c) frente a (31d), lo que genera tantos hashtags como creaciones posibles, incluso para una misma entidad o nombre. Por tanto, estas unidades cada vez son menos fijas y “oficiales”, y la aplicación permite publicarlas aunque no se seleccionen tal como se lanzaron (no existen listas cerradas de únicos hashtags posibles). De estos hechos ya se intuye que el fenómeno posiblemente consiste en una mera marcación con fines estilísticos¹⁵ y no en un sistema de riguroso etiquetado.

¹⁵ Prueba de ello es el propio hashtag *#quemegustaunhashtag*, que a menudo se deja ver en las redes sociales para aludir al afán innecesario de enhashtar el discurso. Llama la atención la conciencia que

3.2.3. MMDD aislados de “no nombre propio”

En la segunda modalidad de marcadores del discurso publicados en formato hashtag encontramos casos de aparición al final de los tuits, tal como ocurre en el uso canónico ya mencionado. En primer lugar, se detectan una serie de marcadores que se relacionan con determinados sociolectos, de modo que se utilizan para evocar satíricamente hablas como la “pija”, la “moderna” o las hispanoamericanas, entre otras, como se ilustra en (32). Se trata de un uso metalingüístico sobre elementos preferiblemente orales, análogo al recurso tipográfico de la cursiva en los escritos formales.

(32)

- a. Existe una película llamada "Super Tiempos Oscuros"... **#osea #pijotiempososcuros**
- b. A mí no me preguntes, no soy millennial y sin embargo lo he usado siempre **#EnPlan** pa tó
- c. Rubius conoces insultos Chilenos? **#enplan #quepasha #vale #ostiaputa**
- d. Si, love is in the air   everywhere. Menos Mamasita, que es más seca que un palo **#oigan**

En segundo lugar, los usuarios producen casos de MMDD que conforman hashtags por sí solos en posición final de tuit para otorgar al texto cierto sentido interjetivo. En ellos, utilizan marcadores capacitados en la lengua oral/coloquial para dejar el enunciado suspendido y expresar connotaciones conclusivas de indignación, como el reformulador recapitulativo *en fin*; los explicativos *o sea* y, más extrañamente, *es decir*; o los conversacionales de modalidad epistémica *claro* y *desde luego* (Martín Zorraquino y Portolés, 1999). En estos cuatro últimos casos, reflejados en los ejemplos de (33b-f), el marcador asume usos expresivos coloquiales, dejando de lado su valor prototípico de reformulación aclarativa o de refuerzo de la evidencia. También en posición final encontramos conectores de carácter no oral, como es el caso de (33g), cuyo uso, más extraño e infrecuente, si no hace referencia a un nombre de entidad (§3.2.2), parece tener una finalidad similar a la que posee el marcador cuando se sitúa al inicio de la cláusula adversativa: otorgar a todo el enunciado el significado de ‘adversación’ pero, en su lugar, con el sistema hashtag de etiquetado y sus implicaciones. Por ello, parece que se trata de un uso, en palabras de J. Portolés, sencillamente “sobrevenido”, pues consiste en introducir al final del enunciado un marcador que debió aparecer al inicio, pero que preserva su significado original.

(33)

- a. Ser inteligente para tener dos carreras o más pero no para usar la lógica. **#Enfin**

parece existir, por tanto, en los hablantes acerca de la explotación excesiva del fenómeno hoy en día, lo que lo reafirma como recurso estilístico.

- b. Me dan un sobre de 10.000€,me lo gasto en una tele de plasma y para demostrar q no me lo han dado,presento mi declaración de la renta **#Claro**
- c. Las mentes sucias de mis compañeros de piso no tienen limites... **#DesdeLuego....**
- d. No hay dolor más feo y molesto que tener una espinilla en la asxila **#osea**
- e. Segundo día del año y aun pongo 2017 **#osea**
- f. Wachiturros ahora con Snapchat... Ya no hay ninguna social network decente??? **#esdecir**
- g. Más Dudo mucho de que lo que ignoro lo vaya a aprender en tuitter... **#NoObstante**

3.2.4. MMDD insertos

Por último, destaca una tercera modalidad como la más habitual y esperable, que consiste en el uso de marcadores discursivos integrados en el texto de forma ordinaria, pero con la almohadilla característica, tal como se ilustra en (34). Estos casos son los que aparecen en mayor medida cuando se introducen marcadores del discurso en el motor de búsqueda de la red social y no conllevan una alteración del sentido esperable de la oración en que se insertan. Es por ello por lo que su utilización parece responder bien al afán estilístico apuntado en §3.2.2, bien a una forma alternativa de expresar la pausa correspondiente a una coma, la cual, si nos fijamos, se elide en todos los casos. Respecto a esto último, téngase en cuenta que, además, la inserción de una coma supondría un gasto mayor de caracteres, algo que el usuario de Twitter siempre busca evitar ya que se encuentran limitados. Así, la condensación gráfica antinormativa de los marcadores en una sola palabra (*asíque*, *osea*), junto con la ausencia de comas parece que se intenta compensar con la inserción del recurso universalmente reconocible de la almohadilla. Se trata de marcadores que se utilizan constantemente en la lengua oral.

(34)

- a. Mi movil muere de bateria **#asique** pausee larga larga
- b. Tengamos en cuenta que esto lo dice un intendente con un 25% de aprobación de gestión **#Osea** de Gestión Muy poco
- c. Cuando estas acostado y te entran esas pinches ganas! **#pero** De ir al baño! **#Putazo** de frio!
- d. Grande eres muy bueno en tu trabajo **#ademas** apoyando a Piñera siempre

3.3. Resultados: ¿por qué enhashtar un MD?

En la empresa de tratar de dar una explicación al hecho de que el fenómeno hashtag haya superado los límites del sustantivo o del enunciado de “nombre propio”, alcanzando incluso elementos tan dependientes de un cuerpo de texto como son los marcadores discursivos —sobre todo los organizadores de cualquier discurso escrito, aunque también oral—, resulta difícil detectar motivos que no atiendan a razones pragmático-estilísticas o de ahorro de caracteres. La gran mayoría de casos que encontramos parecen responder, ante todo, a necesidades de adecuación del registro al ámbito de la red social en que se producen. No obstante, cuando el MD cierra el tuit por

sí solo, sí parece sufrir cierta transformación: pierde su naturaleza conectiva entre meras proposiciones y pasa a relacionar unidades pragmáticas de mayor alcance, como son la totalidad del discurso previo, el registro en que se inscribe —apelando a un público muy concreto, usuario habitual de Twitter y de su lenguaje de hashtags y menciones— y él mismo. Esto, por un lado, refuerza su estatus de marcador, pues impone una marca pragmática inamovible (además de tipográfica) sobre el mensaje emitido y determina absolutamente su significado ante los lectores; pero, por otro lado, lo recategoriza en cierto modo, otorgándole capacidades que serían típicas de un sustantivo o de una palabra o sintagma completamente autónomos (como lo son los hashtags canónicos: «El Informativo Noticias XXI!!! #grabaciones #telediario #informativo #cámara #programa»¹⁶).

En resumen, los marcadores del discurso que constituyen *hashtags* en los tuits publicados por los usuarios pueden corresponder, al menos, a tres modalidades: (i) MMDD que funcionan como etiqueta de metadatos, aludiendo a programas de televisión, a periódicos digitales o a títulos de canciones, entre otros muchos nombres propios posibles, y que responden al modelo canónico de uso de hashtags en Twitter; (ii) MMDD que aparecen al término del tuit para atribuir a un contenido previo la pertenencia a un sociolecto, un sentido preferentemente oral coloquial que se desvía del que prototípicamente aportaría el marcador o, al contrario, la etiqueta adscriptiva¹⁷ de mismo significado que el que expresaría en su posición y forma naturales; (iii) MMDD contenidos en el texto que no ven alterada su colocación ni significación habituales, y que únicamente parecen responder a motivos ortográficos.

Si bien cabría ampliar este estudio en futuras investigaciones y realizar una búsqueda más profunda de otros MMDD en Twitter, con los hallazgos detectados hasta el momento es posible afirmar que, en conclusión, la marcación discursiva en *hashtags* no se termina de desvincular de la finalidad adscriptiva original de los *hashtags* —situar un tuit en un tema concreto—, pero sí de su capacidad para propagar un contenido o un producto (por ejemplo, de entretenimiento) hasta ser “tema de tendencia” (*trending topic*). En otras palabras, se trata de un hecho ciberlingüístico a medio camino entre las funcionalidades de los *hashtags* y la imitación meramente formal de los mismos. En ese sentido, parece que estamos más bien ante marcadores de estilo de una tendencia global.

4. CONCLUSIONES

En el presente trabajo se ha presentado el compendio de hallazgos (i) neológicos, (ii) innovadores o (iii) sencillamente creativos con algún aspecto de la lengua, resultado de investigar los usos ciberlingüísticos de los hablantes en redes sociales como Facebook o Twitter. Puntualmente, también se han ofrecido hallazgos pertenecientes a otras redes sociales, como Instagram o a otros géneros digitales, como los foros (Forocoches). Los fenómenos detectados se han agrupado en tres niveles de lengua en función del tipo de implicaciones que pueden tener en el sistema, si bien se producen confluencias inevitables de unos niveles en otros en muchos de los casos. El análisis de

¹⁶ Tuit con ausencia de marcadores del discurso en sus *hashtags*.

¹⁷ Piénsese que los *hashtags* nunca dejan de adscribir el texto a alguna entidad extralingüística, ya sea a lo que hemos catalogado como “nombre propio”, o, sencillamente, a una escritura que está muy de moda.

los hallazgos se ha llevado a cabo sobre la base de postulados teóricos en la medida de lo posible, pero la falta de estudios *ad hoc* sobre los temas, por tratarse de fenómenos de última hora, a menudo impide la fundamentación bibliográfica que otras áreas de investigación sí permiten.

Respecto a los hallazgos (i) neológicos con posibles implicaciones innovadoras a nivel morfológico, se han propuesto diez voces típicas del vocabulario ciberlingüístico más actual, consistentes en verbalizaciones denominales formadas mediante derivación con sufijo *-ear* y sus respectivas nominalizaciones en *-eo*. Todas ellas han sido estudiadas a partir de las producciones de los hablantes en Twitter, partiendo del análisis sintáctico y semántico-aspectual de las verbalizaciones, como bases configuracionales de las nominalizaciones, y prosiguiendo con un enfoque contrastivo de estas últimas respecto a las primeras. En lo relativo a los hallazgos (ii) innovadores con los usos del lenguaje, estos se han detectado en el ciberdiscurso que contiene la herramienta *hashtag* de etiquetado, tanto en unidades puramente discursivas como son los MMDD, como en unidades superiores que implican sintagmas, proposiciones libres y oraciones compuestas con capacidad para alcanzar el nivel textual. Esto también posee implicaciones en el modo semántico de proceder de los hablantes, lo que supone un punto de intersección con los hallazgos (iii) creativos de ciberlenguaje que se han encontrado en los llamados *memes* y en las ciberhablas jergales, pues estos últimos, asimismo, suponen peculiares elecciones de codificación y decodificación del significado lingüístico.

Tras alcanzar las conclusiones parciales relativas a cada fenómeno en sus correspondientes apartados y resumir las tareas llevadas a cabo, los resultados globales referentes a la totalidad de la investigación pueden resumirse en los siguientes puntos:

- En general, los hablantes usuarios activos de las redes sociales dan muestras de innovación en la lengua mediante la elección preferida de un código no exclusivamente verbal, basado en la combinación de texto e imagen (uso de emoticonos, memes). Este código alude constantemente a referentes compartidos y a la propia experiencia sensorial, que son los pilares sobre los que se sustenta el proceso creativo, necesarios para poder extraer los significados y captar el mensaje. Este hecho evidencia una nueva necesidad en los hablantes de plasmar sus emociones y reacciones en la producción no oral, de forma similar a como sucede en el acto comunicativo físico. En otras palabras, una necesidad de corporizar la comunicación escrita, en un proceso enactivo bidireccional mundo↔lengua.
- Los usuarios no tienden a formar, por derivación morfológica, voces nuevas que no respondan a los procedimientos esperables de establecimiento de rasgos sintácticos y aspectuales. Llevan a cabo una producción considerable de términos nuevos en poco tiempo, pero los crean haciendo uso de los sufijos que típicamente se prestan a ello, como *-eo/-ear*, y siguen patrones similares entre las distintas voces. En este sentido, la neología es bastante sistemática, pues se observa que siempre consiste en la afijación del correlato derivativo *-eo/-ear* (no se detectan

rivales sufijales), obteniéndose una voz que tiende a denotar iteratividad o habitualidad en las acciones designadas. Además, los hablantes tienden a producir neologismos sintácticamente y, a veces, semánticamente ambiguos, aunque esto puede verse justificado por la falta de especificidad de dichos términos, dada su corta vida en el acervo léxico.

- Los usuarios también buscan alternativas más expresivas en el discurso textual, mediante el uso de recursos tipográficos como los *hashtags*, desvirtuados de su función original de metadatos y acogidos como una especie de lenguaje basado en conceptos meramente yuxtapuestos. Esto parece un indicio de que los hablantes buscan formas de retar la norma, por ejemplo, prescindiendo de la puntuación (*hashtags* que amalgaman oraciones o que sustituyen las pausas) y, de forma más transgresora, alterando elementos discursivos con un estatus gramatical en la lengua mucho más fijado, como son los marcadores.
- Finalmente, se ha de concluir en que, en general, la búsqueda de innovación en los distintos niveles de lengua, bien para designar nuevas realidades (creación), bien para transgredir la norma o adaptar la comunicación personal y cotidiana al nuevo medio en que se inscribe (innovación), es un hecho notorio en la red que viene caracterizando los usos lingüísticos de Internet desde sus inicios. El hablante logra este fin por diferentes vías como las estudiadas y esto es la prueba de que la forma de hablar en Internet ha cambiado con las nuevas generaciones: escribir con emoticonos o expresarse en *memes* son diferentes manifestaciones para un mismo fin, que no es otro que escribir hablando, corporizando la escritura, traspasando los límites de la palabra.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERLIN, B. y P. KAY (1969): *Basic Color Terms: Their Universality and Evolution*, Berkeley/Los Ángeles, University of California Press.

BERNÁRDEZ, E. (2008): *El lenguaje como cultura*. Madrid, Alianza.

CALERO VAQUERA, M. L. (2014): “El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS”, en *Oralia*, vol. XVII, pp. 87-116.

CASSANY, D. (2006): *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*, Barcelona, Anagrama.

_____ (2012): *En línea. Leer y escribir en la red*, Barcelona, Anagrama.

CRYSTAL, D. (2002). *El lenguaje e Internet*, Madrid, Akal.

CUI, A., Y. LIU, S. MA, M. ZHANG, y K. ZHANG (2012): “Discover breaking events with popular hashtags in twitter”, en *Proceedings of the 21st ACM International*

Conference on Information and Knowledge Management. Recuperado de
<<https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2398519>>

DAWKINS, R. ([1976] 2014): *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta*, Barcelona, Salvat.

DE VEGA, M. (2008): “Levels of embodied meaning from pointing to counterfactuals” en M. De Vega, A. Glenberg y A. Graesser (eds.), *Symbols and Embodiment. Debates on meaning and cognition*. New York, Oxford University Press, pp. 285-308.

DÍAZ NOCI, J. (2001): *La escritura digital*, Zarautz, Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

FEIXA, C., A. FERNÁNDEZ-PLANELL y M. FIGUERAS-MAZ (2016): “Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social”, en *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), pp. 107-120. Recuperado de <<http://revistaumanizales.cinde.org.co/rlcsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/2337/642>>

GALLAGHER, S. (2009): “Philosophical antecedents of situated cognition”, en P. ROBBINS y M. AYDEDE (eds.), *The Cambridge Handbook of Situated Cognition*, New York, Cambridge University Press, pp. 35-51.

GALÁN, C. (2001): “SMS ¿Un nuevo modelo de lenguaje?” en *Español Actual*, 76, pp. 93-103.

HEIDEGGER, M. (1951): *El ser y el tiempo*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.

HERNANDO CUADRADO, L. A. (1998): “Sobre la formación de palabras en español”, en M. A. CELIS SÁNCHEZ y J. R. HEREDIA (coords.) (1998), *Lengua y cultura en la enseñanza del español a extranjeros: actas del VII Congreso de ASELE*, pp. 257-264. Recuperado de
<https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/07/07_0255.pdf>

LAKOFF, G. y M. JOHNSON (1980): *Metaphors We Live By*, Chicago, University of Chicago Press.

____ (2012): “Explaining Embodied Cognition Results”, en *Topics in Cognitive Science*, 4, 773-785. Recuperado de
<<https://s3.amazonaws.com/objects.readcube.com/articles/downloaded/wiley/e...>>

LANDOW, G. P. (1991): “The Rhetoric of Hypertext: Some Rules for Authors”, en G. P. LANDOW y P. DELANY (eds.), *Hypermedia and Literary Studies*, Cambridge, Massachusetts Institute of Technology Press, pp. 81-104.

LEMA, J. (2005): “El lenguaje natural”, en *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* (50), pp. 257-270, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana. Recuperado de

<<http://148.206.53.234/revistasuam/iztapalapa/viewarticle.php?id=821&layout=abstract>>

- MARTÍN ZORRAQUINO, M. A. y J. PORTOLÉS (1999): “Los marcadores del discurso”, en I. Bosque y V. Demonte (eds) (1999), *Gramática descriptiva de la lengua española*, vol. 3, Madrid, Espasa Calpe.
- MARTÍN, J. (2007): “Verbos denominales en -ear: caracterización léxico-sintáctica”, en *Revista Española de Lingüística (RSEL)*, 37, pp. 279-310. Recuperado de <<http://www.sel.edu.es/pdf/ene-dic-07/RSEL-37-Martin.pdf>>
- MORAN, C. y G. E. HAWISHER (1998): “The rhetorics and languages of electronic mail”, en L. SNYDER (ed.), *Page to screen. Taking literacy into the electronic era*, London, Routledge, pp. 80-101.
- PENA, J. (1993): “La formación de verbos en español: la sufijación verbal”, en S. Varela (ed.), *La formación de palabras*, Madrid, Taurus, pp. 217-281.
- PENAS, A., I. VIVES y H. WANG (2017): “Escritura creativa en redes sociales y foros. Mecanismos de literariedad que ponen a prueba la unidad palabra en español. Propuesta comparativa con el chino”, en *I Simposio de Humanidades Digitales del Sur*, 2017, 13-15 de septiembre. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- _____ (2017): “Denominación de las categorías de color básicas. Procesos ontogenéticos y semántico-cognitivos”, en *Rilce. Revista de Filología Hispánica*, 33/1, en prensa. Número monográfico: M. Casas Gómez y M. Hummel (eds.), *La semántica léxica: nuevos contenidos y perspectivas actuales*.
- _____ (2018): *El cibertexto y el ciberlenguaje*, Madrid, Síntesis, en prensa.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2009): *Nueva gramática de la lengua española. Morfología y sintaxis*, Madrid, Espasa.
- _____ (2014): *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., Madrid, Espasa.
- RIFÓN, A. (1997): *Pautas semánticas para la formación de verbos en español mediante sufijación*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela.
- ROBBINS, P. y M. AYDEDE (2009): “A short primer on situated cognition”, en P. ROBBINS y M. AYDEDE (eds.), *The Cambridge Handbook of Situated Cognition*, New York, Cambridge University Press, pp. 3-10.
- SANTIAGO LACUESTA, R. y E. BUSTOS GISBERT (1999): “La derivación nominal”, en I. Bosque y V. Demonte (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid, Colección Nebrija y Bello, Espasa.
- SARTORI, G. (2005): *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.

- SERRANO-DOLADER, D. (1999): “La derivación verbal y la parasíntesis” en I. Bosque y V. Demonte (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid, Colección Nebrija y Bello, Espasa.
- TERCEIRO, J. B. (1996): *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*, Madrid, Alianza.
- _____ y G. MATÍAS (2001): *Digitalismo: el nuevo horizonte sociocultural*, Madrid, Santillana.
- URRUTIA, M. y M. DE VEGA (2012): “Lenguaje y acción. Una revisión actual a las teorías corpóreas”, en *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 50 (1), 39-67. Recuperado de <<https://doc-0g-60-docs.googleusercontent.com/docs/securesc/...>>
- VANDENDORPE, Ch. (2003): *Del papiro al hipertexto. Ensayo sobre las mutaciones del texto y de la lectura al castellano*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- VARELA, F., E. THOMPSON y E. ROSCH (1997): *De cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana*, Barcelona, Gedisa.
- VIVES, I. (2017): *Evolución del ciberlenguaje en España en los últimos diez años (2007-2017): mensajería instantánea y redes sociales* (Trabajo Fin de Grado inédito), Universidad Autónoma de Madrid, Facultad de Filosofía y Letras.

6. FUENTES DOCUMENTALES DE ACCESO PÚBLICO

Foro *ForoCoches* <<https://www.forocoches.com/>>

Nuevo Tesoro Lexicográfico de la Lengua Española, RAE
<<http://ntlle.rae.es/ntlle/SrvltGUILoginNtlle>>

Red social *Facebook* <<https://www.facebook.com/>>

Red social *Instagram* <<https://www.instagram.com/?hl=es>>

Red social *Twitter* <<https://twitter.com/>>