



Estudio de los neologismos terminológicos difundidos en el diario *El País* y su inclusión en el diccionario

Paola Cañete González¹; Sabela Fernández-Silva²; Belén Villena Araya³

Recibido: 14 de mayo de 2018 / Aceptado: 20 de septiembre de 2019

Resumen. Los avances tecnológicos y las transformaciones sociales provocan la aparición de nuevas unidades léxicas tanto especializadas como de lengua general, las que se difunden principalmente a través de la prensa. El objetivo de este trabajo consiste en investigar cómo las áreas de especialidad contribuyen a enriquecer el léxico en español. Para ello, se analizaron neologismos de tres secciones del diario *El País* detectados entre 2003 y 2013, se identificaron neologismos terminológicos y no terminológicos, se determinaron las áreas temáticas representadas, se compararon los procesos de formación de estas unidades neológicas y se analizaron su inclusión en el DLE. Los resultados mostraron una difusión moderada de la terminología a través de la prensa, y diferencias entre ambos tipos de neologismos en cuanto a los procesos de formación y su función en el discurso. También se constató una contribución importante de neologismos terminológicos al diccionario, lo que confirma el papel de la prensa en la desteminologización y difusión de estas unidades.

Palabras clave: neologismo, neologismo terminológico, prensa, diccionario

[en] A study of terminological neologisms popularized by the newspaper *El País* and their inclusion in the dictionary

Abstract. Social transformations and technological advances lead to the coining of new words, both in general and specialized languages, which are often disseminated to the general audience via the written press. This study is aimed at analyzing how subject-specific areas contribute to the enrichment of the Spanish lexicon. For that purpose, the neologisms of three sections of the Spanish newspaper *El País* between 2003 and 2013 were analyzed. The occurrence of terminological and non-terminological neologisms from different subject-fields was compared, and the inclusion of these lexical units in the *Diccionario de la Lengua Española* (RAE) was examined. Results showed a moderate dissemination of terminology through the press, differences between both types of neologisms with regard to the formation processes and their function in discourse. Finally, an important contribution of terminological neologisms to the dictionary was observed, therefore confirming the role of the press in the determinologization and dissemination of these units.

Keywords: neologism, terminological neologism, press, dictionary

Cómo citar: Cañete González, Paola, Fernández-Silva, Sabela, y Villena Araya, Belén (2019). Estudio de los neologismos terminológicos difundidos en el diario *El País* y su inclusión en el

¹ Universidad de Concepción (Chile). Correo electrónico: pcanete@udec.cl

² Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile). Correo electrónico: sabela.fernandez@pucv.cl

³ Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile). Correo electrónico: belen.villena@gmail.com

diccionario. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 80, 135-158. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.66604>

Índice. 1. Introducción. 2. Marco teórico. 2.1. Neología y vitalidad lingüística. 2.2. La difusión de neología especializada a través de la prensa. 2.3. La inclusión de la neología en los diccionarios. 3. Metodología. 3.1. Constitución del corpus de análisis. 3.2. Determinación del carácter terminológico de las unidades. 3.3. Análisis de la inclusión en el diccionario. 4. Resultados. 4.1. Proporción de neologismos terminológicos por secciones. 4.2. Procesos de formación de los neologismos terminológicos. 4.3. Procesos de formación de neologismos terminológicos frente a no terminológicos. 4.4. Inclusión en el Diccionario de la Lengua Española. 5. Conclusiones. Agradecimientos. Bibliografía.

1. Introducción

La vitalidad de una lengua se mide por su capacidad para adaptarse a los cambios que experimenta la sociedad y a las nuevas necesidades comunicativas de su comunidad de hablantes. Pese a que la aparición de usos innovadores de la lengua se puede manifestar en distintos niveles del sistema lingüístico, desde el fonológico hasta el discursivo, es en el vocabulario donde la innovación lingüística se manifiesta con mayor fuerza. De este modo, la creación de neologismos o palabras nuevas resulta primordial para que los hablantes puedan representar y comunicar acerca de un mundo en constante cambio y puedan satisfacer todas las necesidades expresivas que surgen en la comunicación cotidiana.

En las áreas especializadas, la creación neológica es constante y, con frecuencia, se da en paralelo a las innovaciones científicas y tecnológicas en una comunidad lingüística o a la transferencia de conocimiento especializado de una comunidad lingüística a otra (Sager, 1993). En estos casos, la neología responde a una necesidad de denominar los nuevos conceptos que van surgiendo en cada área especializada y, por lo tanto, es un recurso que posibilita la evolución del conocimiento y su transferencia, no solo en el interior de cada área especializada, sino también entre los especialistas y la sociedad en general.

La divulgación del conocimiento especializado al público lego ha experimentado un aumento vertiginoso en las últimas décadas. En la nueva sociedad del conocimiento, caracterizada por la rápida incorporación de las innovaciones científicas y tecnológicas a la realidad cotidiana, se puede hablar de un nuevo contrato de comunicación entre ciencia y sociedad. El público general es consciente de las repercusiones que tienen algunos avances científicos o las medidas económicas en la vida diaria y exige que los contenidos especializados se transmitan de manera eficiente y rigurosa. Por otro lado, y en parte como consecuencia de lo anterior, los medios de comunicación, con la prensa escrita a la cabeza, incluyen cada vez más contenidos especializados en sus páginas, a fin de captar distintos tipos de audiencia y aumentar el número de lectores. Este nuevo escenario facilita una mayor circulación de los conocimientos especializados y, por lo tanto, de penetración de la terminología especializada en la lengua general.

Por todo lo anterior, en este estudio, se propuso investigar de qué modo las áreas especializadas contribuyen al enriquecimiento del léxico en la lengua española. Para ello, se analizó la terminología neológica desde su difusión en la prensa escrita generalista hasta su inclusión en el diccionario de la lengua. Concretamente, se analizaron los neologismos presentes en las secciones

especializadas de deportes, economía y tecnología del diario español *El País* registrados en la base de datos del Observatori de Neologia (Obneo) en el periodo 2003-2013. En primer lugar, se comparó la cantidad de neologismos terminológicos y no terminológicos presentes en cada sección e se identificaron las áreas temáticas representadas. En segundo lugar, se compararon los procesos de formación de los neónimos de deporte, economía y tecnología y de los neologismos no terminológicos. Por último, se analizó su inclusión en la última edición del *Diccionario de la Lengua Española* (DLE), donde se observaron las características de los neologismos incluidos y no incluidos, los procesos de formación privilegiados y el mantenimiento de su carácter especializado mediante una marca temática.

2. Marco Teórico

2.1. Neología y vitalidad lingüística

Las nuevas realidades sociales, culturales, económicas y científicas provocan cambios en la lengua y, como consecuencia, aparecen nuevas palabras, que, a la vez, reflejan la vitalidad de la misma. Las necesidades lingüísticas nuevas encuentran su origen en la intención de transitar de una lengua a otra, o en la necesidad de crear terminologías completamente originales como respuesta a los desafíos y las revoluciones tecnológicas y científicas que aparecen en una sociedad (Boulanger, 1980). La lengua evoluciona y se adapta al nuevo orden de vida de una sociedad y, por lo tanto, la aparición de neologismos en las lenguas se percibe como algo inherente a ellas y como signo de su desarrollo.

Como señala Cabré Castellví (1989; 2002), el desarrollo acelerado de la ciencia y la tecnología hace surgir muchas necesidades denominativas y, para denominar estas nuevas unidades, es necesario disponer de neologismos. Ahora bien, de acuerdo con Freixa (2012), la aparición de neologismos en la lengua puede deberse a necesidades de denominación, pero también a una necesidad de expresividad, dado que ambas son necesarias para la lengua. De esta manera, varios autores proponen distinguir entre dos tipos de neología, según si la creación obedece a una necesidad práctica o a una necesidad expresiva con fines lúdicos o estéticos: neología denominativa y neología estilística. Para Fernández-Sevilla (1982), la neología denominativa responde a una necesidad de comunicar una experiencia nueva, se apoya en razones de eficacia comunicativa y, por ello, busca la adecuación más perfecta posible al objeto o al concepto nuevo, con el fin de evitar ambigüedades. Por otro lado, la neología estilística, fundada en la búsqueda de la expresividad, pretende manifestar de manera inédita y poética una visión personal del mundo; por lo tanto, está ligada a la facultad de creación y a la libertad de expresión del individuo al margen de los modelos establecidos. Alvar Ezquerro (1999), por su parte, señala que el neologismo estilístico muestra el ingenio de su creador y las posibilidades que ofrece el sistema, aunque es probable que no sobrepasen el estricto ámbito individual o de un muy reducido grupo de usuarios, por el carácter efímero de la creación o de lo designado. Asimismo, Freixa (2002, p. 70) señala que la neología expresiva o estilística se da principalmente en la lengua general y suele tener un carácter más espontáneo, lúdico y una estabilidad más irregular. Sin embargo, en algunos casos, es difícil establecer el límite entre lo

denominativo y lo estilístico, puesto que muchas veces un neologismo presenta distintas motivaciones: puede surgir originalmente por una necesidad denominativa, pero, al mismo tiempo, por economía lingüística, prestigio o expresividad (Llopart-Saumell, 2016).

Para algunos autores, la neología estilística es propia del lenguaje general, mientras que, en el lenguaje especializado, solo se daría la neología denominativa, debido a que los neologismos terminológicos son unívocos, monorreferenciales y neutros en cuanto a la expresión de valores afectivos (Estornell Pons, 2009). Sin embargo, esta distinción no se puede establecer con nitidez, sino que se debería hablar más bien de una gradación similar a la que se presenta entre las palabras y los términos (Cabré Castellví et al., 2002).

Con respecto al proceso de creación de neologismos, puede llevarse a cabo mediante procedimientos internos de la lengua y procedimientos externos. Según Alvar Ezquerro (2007), para denominar el nuevo concepto o situación que se presenta, el hablante busca entre los elementos léxicos que existen en la lengua y le otorga a uno de ellos un sentido del que carecía hasta ese momento, acude a las reglas de formación de palabras para configurarlo o se dirige fuera de la lengua para encontrar lo que busca en otro idioma. Por su parte, Cabré Castellví (1993, pp. 182-183) señala que, para la creación de términos, se dispone de los mismos recursos y mecanismos que posee el léxico general y agrega que “la derivación y la composición cultas presentan en terminología una frecuencia bastante mayor que en la lengua general”, puesto que el uso de formantes cultos para la creación de términos nuevos favorece el carácter internacional de las denominaciones. Asimismo, la autora menciona que las necesidades denominativas que conlleva la difusión de nuevos conceptos especializados generan una gran cantidad de términos provenientes de otras lenguas. Con respecto a lo anterior, en las últimas décadas, se observa una gran influencia del inglés, debido a que gran parte de los avances tecnológicos provienen de países anglosajones, lo cual hace que esta lengua se convierta en la lengua franca de la ciencia. Junto con estos procesos de creación, Santamaría Pérez (2006, pp. 14-15) menciona el uso de palabras de la lengua general, sobre todo para la creación de lexías complejas (*banco de datos*), y agrega que “en ocasiones, los términos complejos parten de nombres propios para formar epónimos (*síndrome de Down*) o se utiliza un elemento culto y una sigla (*onco-R.N.A.-virus*)”.

Otro aspecto relevante en la formación de neologismos tiene relación con los creadores de estas nuevas unidades léxicas. Quemada (1971) plantea la existencia de tres grupos: los “inventores”, que designan un nuevo objeto o un nuevo concepto; los “transcodificadores”, que designan, a partir de lenguas extranjeras o registros idiomáticos diferentes, una noción no denominada aún en su lengua; y los “informantes”, entre los que ocupan un lugar privilegiado los periodistas y publicistas “llamados a difundir, a través de los medios de comunicación, las nuevas denominaciones”. Como afirma Alvar Ezquerro (1998, p. 143), “el éxito de una palabra nueva depende de la aceptación por la sociedad, y sobre ella ejerce una notable influencia la prensa”. En el caso de la terminología, son los profesionales científicos, los “inventores”, quienes crean estas nuevas unidades terminológicas, con el fin de “informar a otros colegas de sus descubrimientos o avances” (Santamaría Pérez, 2006, p. 3). Sin embargo, muchas veces estos especialistas

“usan la terminología especializada en distintos actos comunicativos, y a distintos niveles de abstracción, lo que desdibuja una separación formulada en términos tan absolutos” entre léxico común y terminología (Cabré Castellví, 1993, p. 223).

2.2. La difusión de neología especializada a través de la prensa

La divulgación científica ha experimentado un aumento vertiginoso en las últimas décadas, tanto en volumen de contenidos especializados como en diversificación de los canales, formatos y géneros empleados. A pesar de ello, la prensa escrita sigue siendo hoy en día el medio de comunicación más masivo, junto con la televisión y la radio, y ocupa un lugar privilegiado para la divulgación científica gracias al aumento progresivo del espacio dedicado a los contenidos especializados en este medio. Por un lado, lo anterior se debe a la creciente demanda de información especializada por parte del público general, quien es cada vez más consciente de las repercusiones que estas innovaciones pueden tener en su vida cotidiana (Mendizábal, 2007). Por otro lado, la crisis de los medios de comunicación tradicionales ha provocado una universalización temática y territorial de la prensa general, quien se ha visto obligada a abrirse a una variedad de temáticas y a cubrir noticias de todo el planeta a fin de captar audiencia (Pérez Oliva, 1998). Por ello, como indica Guerrero Ramos (2008), la prensa es la mejor vía para medir la neología de una lengua, puesto que refleja el uso real de los hablantes de una comunidad lingüística y, en ella, se pueden encontrar tanto palabras nuevas de la lengua general como de los distintos campos de especialidad que forman parte de la comunicación profesional diaria.

En el proceso de divulgación mediática de la ciencia y la tecnología, se produce una recontextualización discursiva compleja como resultado del cambio en los emisores, destinatarios y objetivos de la comunicación (Alcíbar, 2004). Los textos divulgativos tienen como objetivo transmitir el conocimiento especializado a quienes no son especialistas y, por lo tanto, algunos autores lo consideran un tipo de texto didáctico e instructivo (García Palacios, 2001). No obstante, a esta función se le añade la del entretenimiento, puesto que la divulgación en prensa persigue como último objetivo vender audiencia y, para ello, tienen que recurrir a una serie de estrategias para “despertar el interés del lector, entretenerle y enriquecerle intelectualmente” (García Palacios, 2001, p. 165). En esta tarea compleja de construcción de “nuevos discursos a partir de discursos elaborados en contextos especializados” (Alcíbar, 2004, p. 51), la simplificación de los contenidos es fundamental y afecta a todos los niveles lingüísticos, muy especialmente al terminológico, dado que los términos son la representación lingüística por excelencia de los conceptos especializados de un área. En un texto divulgativo, figuran obligatoriamente términos de la especialidad, pero en proporción más reducida y acompañados de estrategias reformulativas que permiten acercar el contenido especializado al público lego, como la expansión, la reducción y la variación (Ciapuscio, 1997). De este modo, la expansión opera, por ejemplo, acompañando al término de una definición, una explicación o una comparación que permita al lector establecer el vínculo entre su conocimiento enciclopédico y el conocimiento especializado transmitido en el texto. La reducción implica eliminar información o condensarla en un espacio más limitado del que ocupa en los textos fuente, de manera que el texto divulgativo tendrá una densidad terminológica

mucho menor debido a que se pierden los nudos y las conexiones entre nudos de la red conceptual científica representada por los términos (Cassany, López-Ferrero y Martí Olivella, 2000). Finalmente, la variación se refiere a los “cambios o desplazamientos que tienen lugar desde la fuente a la divulgación en la presentación de la información”, lo cual, en el nivel léxico, consiste en transformar “el vocabulario científico en vocabulario corriente” (Ciapuscio, 1997, p. 5).

De esta manera, las noticias de divulgación que se publican en las secciones especializadas de la prensa escrita contienen terminología, aunque en una proporción menor y acompañados de otras estrategias reformulativas. Desde el momento en que estas unidades salen del círculo de especialistas y se difunden en la sociedad, pueden experimentar un proceso de banalización o desteterminologización en el que sufren cambios semánticos, gramaticales y pragmáticos (Meyer y Mackintosh, 2000). Ahora bien, cuando la neología terminológica aparece en la prensa, se encuentra en pleno proceso de difusión o banalización y, por lo tanto, “muy cerca de perder su condición neológica” (García Palacios, 2010, p. 19).

2.3. La inclusión de la neología en los diccionarios

La relación entre neología y diccionarios es muy estrecha, puesto que estos juegan un papel crucial en la identificación de los neologismos léxicos y, cuando ellos se estabilizan en el uso e ingresan a las obras lexicográficas, se considera que pierden su carácter neológico.

Con respecto al primer punto, la identificación de unidades neológicas es una tarea que entraña dificultades inherentes a la noción de ‘novedad’ (sobre la cual se basa el concepto de neologismo). Al respecto, Rey (1988, p. 282) señala que “si la néologie comme processus est une notion claire et indiscutable, mais complexe et donc difficile à décrire, le néologisme en tant qu’unité, que résultat d’un processus, est extrêmement flou”, dado que depende de un juicio relativo e, incluso, subjetivo, ligado a su definición: no una novedad objetiva, sino un sentimiento de novedad.

Por consiguiente, para determinar el carácter neológico de una unidad léxica, es necesario fijar algunos puntos de referencia, los cuales suelen ser siempre, en cierta medida, arbitrarios (Cabré Castellví, 1993, p. 445). Rey (1976) establece tres parámetros —con sus respectivos puntos de referencia— para la identificación de neologismos: el *temporal* o *diacrónico*, el *documental* y el *psicolingüístico*. El primero utiliza como punto de referencia el uso inicial de la palabra y señala que una unidad es neológica si su aparición es reciente. El segundo utiliza como punto de referencia un *corpus de exclusión* y establece que una unidad es neológica si no se encuentra documentada en determinadas fuentes de referencia, que pueden ser lexicográficas —caso en el que el criterio se denomina *lexicográfico*— o textuales. El tercero utiliza como punto de referencia la competencia individual o colectiva de los hablantes y señala que una unidad es neológica si el hablante la percibe como nueva. A estos parámetros, es posible añadir el de la “inestabilidad sistemática” (Cabré, 1993, p. 445), según el cual los signos de inestabilidad formal (morfológica, gráfica, fonética) o semántica son indicios de que una unidad léxica es de aparición reciente.

De estos criterios, el más utilizado por los neólogos es el criterio lexicográfico, debido, entre otros aspectos, a que es el más objetivable (no objetivo) y permite

una aplicación sistemática (Cabré Castellví, 2004, p. 38). Sin embargo, también posee limitaciones. En primer lugar, puede entrar en contradicción con el criterio temporal, puesto que pueden considerarse como neológicas unidades aparecidas hace bastante tiempo y asentadas en el uso. Lo anterior se debe a que la identificación de los neologismos depende de los lemas de los diccionarios utilizados como corpus de exclusión, que son siempre parciales. En segundo lugar, este criterio no siempre coincide con el criterio psicolingüístico —lingüísticamente más intuitivo—, debido a que pueden considerarse neológicas unidades que los hablantes no perciben como nuevas (Estopà Bagot, 2009, p. 43).

En cuanto al segundo punto, la neología provee a los lexicógrafos del material necesario para la actualización de los diccionarios. Este procedimiento no es igual en todos ellos, puesto que poseen diferentes criterios de recepción de la neología, según su orientación descriptiva o prescriptiva. De este modo, por ejemplo, la actitud frente a los neologismos por préstamo suele distinguir a los diccionarios prescriptivos o normativos, como el *Diccionario de la Lengua Española* (DLE), de los descriptivos, como el *Diccionario del Español Actual* (DEA) y el *Lema. Diccionario de la Lengua Española* (LEMA). Al respecto, Azorín Fernández (2015) señala que las dos últimas obras presentan diferencias importantes con respecto a la primera (en su vigésima segunda edición): son menos restrictivas en la inclusión de estos neologismos y orientan el tratamiento lexicográfico de estas unidades al uso de los hablantes. Es así como, junto con la perífrasis definicional de estas voces, incluyen información acerca de la pronunciación más adecuada a la fonética española y, en algunos casos, señalan la formación del plural y otras características morfológicas de estas unidades.

Por otro lado, más allá de las diferencias presentes en ambos tipos de obras, estas comparten una misma dificultad: la de establecer un conjunto homogéneo de criterios para la inclusión de neologismos. Diccionarios como el DLE (vigésima segunda edición) y el *Diccionario de Uso del Español* (DUE) tienen como criterio fundamental para admitir voces nuevas la difusión en el uso de estas unidades; de acuerdo con lo anterior, neologismos como los estilísticos, ligados a la expresividad individual de un autor, no se recogen a menos que prosperen en el uso general. Sin embargo, la aplicación de este criterio puede variar dependiendo del tipo de neologismo del que se trate y de su ámbito de uso. Es lo que ocurre con los préstamos: los de ámbitos especializados se aceptan si cumplen el criterio de difusión en el uso, mientras que los provenientes de la lengua general se someten a otras condiciones, como la de la existencia de formas patrimoniales equivalentes (Sánchez Manzanares, 2013, p. 115).

Sánchez Manzanares (2013) también sostiene que el DLE, al guiarse por la consolidación en el uso de los neologismos para su inclusión, relega el criterio diacrónico de neologicidad a un segundo plano. En otras palabras, lo prioritario es asegurarse de que la unidad léxica no dejará de usarse, más que abocarse a la recolección de usos nuevos generalizados. Este criterio ha sido el motivo del excesivo desfase con el que se han introducido algunos neologismos que, en definitiva, se han impuesto en el uso. No obstante, este desfase es menor en las últimas ediciones, debido a la mayor apreciación que se tienen de los neologismos como indicadores de la vitalidad de una lengua (Sánchez Manzanares, 2013, p. 117).

3. Metodología

En este apartado, se presentan los aspectos metodológicos del estudio. En primer lugar, se refiere al proceso de selección del corpus de neologismos; a continuación, a la estrategia de determinación del carácter terminológico de las unidades y, finalmente, al análisis de su inclusión en el DLE.

3.1. Constitución del corpus de análisis

Los neologismos se seleccionaron de la base de datos del Observatorio de Neología, grupo de investigación de la Universitat Pompeu Fabra que recopila neologismos para las distintas variedades del español y catalán en prensa escrita y otras fuentes de comunicación escritas y orales (Observatori de Neologia, 2004).

La búsqueda se acotó a los neologismos en español peninsular extraídos manualmente del diario *El País* entre los años 2003 y 2013. Se seleccionó *El País* porque es el periódico de circulación nacional con mayor cobertura en la base de datos y con secciones especializadas registradas en la base.

La detección manual de estas unidades opera según dos de los criterios de neologicidad que establece Rey (1976): el psicolingüístico y el lexicográfico. El primero, como se mencionó anteriormente, corresponde a la sensación que tiene el hablante de estar frente a una unidad nueva; el segundo considera como neologismo a aquella unidad que no aparece documentada en un corpus lexicográfico de exclusión, que en este caso son: el *Diccionario de uso del español de América y España* (VOXUSO) y el *Diccionario de la lengua española* (DLE, versión digital).

En la base de datos, cada neologismo se ingresa manualmente con la información relativa a la fuente (fecha, fuente, sección del diario en el caso de la prensa), a la unidad léxica (tipo de neologismo, categoría gramatical) y a su uso (contexto, marca tipográfica de neologicidad), tal y como se muestra en la Figura 1.

La base de datos contiene 15.243 entradas correspondientes al diario *El País* en el periodo estudiado (2003-2013). A partir de dicho punto, se examinaron las secciones del diario y se seleccionaron las que se correspondían con tres áreas especializadas: DEP (Deportes), de la sección de noticias deportivas; ECON (Economía), NEG (Negocios) y SNEG (Suplemento de Negocios), vinculadas al área de la economía; y CIBER (CiberP@ís) y TEC (Tecnología), relacionadas con el área de la tecnología. En total se obtuvieron 4505 entradas (ver Tabla 1).

A continuación, se identificaron los neologismos únicos (tipos) y se contabilizó su frecuencia de ocurrencia en la base de datos (ocurrencias). En este proceso, se unificaron las variantes ortográficas y gramaticales dentro de cada sección, en otras palabras, se contabilizaron las variantes ortográficas (por ejemplo, *wifi* y *wi-fi*) y gramaticales (por ejemplo, *wifi* como sustantivo y adjetivo) como neologismos únicos al interior de cada área temática. Para ello, se operó con el criterio lexicográfico, es decir, con el orden: m, f, adj, adv, loc/v tr, v intr, v pron; mientras que, en la agrupación de las variantes ortográficas, se utilizó el criterio de la frecuencia. De este modo, si el neologismo *wi-fi* aparecía en el corpus de la sección de economía como m y como adj, se clasificó, de acuerdo con el criterio lexicográfico, como m. Por otro lado, en cuanto a sus variantes ortográficas, si la variante *wi-fi* presentaba, por ejemplo, 3 ocurrencias y la otra grafía *wi fi* presentaba una, se consideró, según el criterio de la frecuencia, *wi-fi* como lema y

wi fi como variante ortográfica (estos distintos casos se pueden observar en la Figura 1). Asimismo, es importante mencionar que, si un mismo neologismo aparecía en secciones distintas, se consideraban neologismos distintos.

De esta manera, se obtuvieron 675 neologismos únicos de la sección de deportes, 612 de las secciones de economía y 1.176 de las secciones de tecnología, tal como se presenta en la Tabla 1.

2. <i>wi fi</i> m, ME  , Castellano , Manual
Pero se vienen tecnologías como wimax, que es como *wi fi* pero com 30 kilómetros de alcance. X1, 07/08/2005, CYTEC, 27, 25/09/2005, mfm, 17/05/2006, mba, 17/05/2006, mba
13. <i>wifi</i> m, ME  , Castellano , Manual
La verdad es que la plaza está la mar de agradable, pero no hay rastro de *wifi*. 2b, acronimia de "wireless fidelity" (la base también es neológica), EP, 13/05/2007, TEC, 01/06/2007, pda, 06/06/2007, bts, 06/09/2007, acp
14. <i>wifi</i> adj, ME  , Castellano , Manual
El Ayuntamiento marbellí prevé implantar áreas *wifi* en zonas públicas a partir de febrero. 2b, acronimia del inglés "wireless fidelity", SU, 21/12/2007, 09/01/2008, mfp, 16/04/2009, acp, 16/04/2009, acp
16. <i>wi-fi</i> m, ME  , Castellano , Manual
El Presidente tiene en su asiento un laptop con *wi-fi*, un teléfono satelital con conexión a su Vicepresidente y al Pentágono [...] X1, 25/01/2009, INTER, A4, 30/06/2009, mfm, 30/06/2009, mfm, 08/12/2009, mfm
17. <i>wi-fi</i> f, ME  , Castellano , Manual
Pero por ahora el Gobierno frena las *wi-fi* de internet municipales gratuitas. 2b, acronimia del inglés "wireless fidelity", LV, 26/01/2010, CPORT, 60, 15/02/2010, els, 15/02/2010, els, 18/02/2010, fjo

Figura 1. Información de la ficha neológica de la base de datos del Obneo

	Tipos	%	Ocurrencias	%	Frecuencia media
Deportes	675	27,41	1091	24,24	1,62
Economía	612	24,85	911	20,22	1,49
Tecnología	1176	47,74	2502	55,54	2,13
Total	2463	100	4505	100	1,83

Tabla 1. Total de neologismos por secciones, extraídos del diario El País (2003-2013)

Si se observan los porcentajes, casi la mitad de los neologismos únicos detectados (47,74 %) se concentran en la sección de tecnología, seguida, en una proporción inferior, por deportes (27,41 %) y, por último, economía (24,85 %). En cuanto a la frecuencia de aparición, los neologismos de la sección de tecnología presentan una frecuencia media de ocurrencia mayor que en las otras secciones, por encima de la media del corpus.

3.2. Determinación del carácter terminológico de las unidades

Una vez establecido el corpus de neologismos, se procedió a la identificación de los neologismos terminológicos propios de las tres áreas consideradas (deportes, economía y tecnología) y de los neónimos de otras áreas. En la primera tarea, las

autoras realizaron una preselección de las unidades terminológicas dentro de cada grupo, la cual se validó posteriormente por un especialista en deportes, economía y tecnología, respectivamente. Para la tarea de identificación de los términos de otras áreas del conocimiento, se consultaron diccionarios terminológicos y el banco de datos terminológicos del español del Centre de Terminologia de la Llengua Catalana (TERMCAT). Para la clasificación temática, se utilizaron las etiquetas del TERMCAT.

En la Tabla 2, se puede observar el total de neologismos terminológicos propios de cada área de especialidad, el total de unidades terminológicas pertenecientes a otras áreas y el total de neologismos no terminológicos.

	Total	%
Neologismos de deporte	312	12,67
Neologismos de economía	221	8,97
Neologismos de tecnología	293	11,89
Neologismos de otras áreas	179	7,27
Neologismos no terminológicos	1458	59,2
Total	2463	100

Tabla 2. Neologismos terminológicos y no terminológicos

En la categoría “neologismos de otras áreas”, es decir, aquella que contenía unidades pertenecientes a un área distinta a la de la sección en que figuraban, predominaron, en el caso de la sección tecnología, áreas como economía y deporte; en el caso de la sección economía, las otras áreas de especialidad más frecuente fueron industria energética, electrónica/informática, derecho/administración, transportes y sociedad de la información/internet; y, por último, en la sección deporte, se observaron unidades terminológicas pertenecientes principalmente al área de la salud.

3.3. Análisis de la inclusión en el diccionario

A fin de evaluar el grado de penetración en la lengua de los neologismos difundidos en la prensa, se analizó su inclusión en el DLE. Tras tener en cuenta que la muestra analizada comprendía neologismos recogidos entre 2003 y 2013, se consideró que su inclusión en la última versión electrónica (23.1, de diciembre de 2017) del diccionario de lengua general de mayor cobertura y autoridad para la lengua española era un criterio suficiente para estimar que perdió su carácter neológico y pasó al acervo léxico de los hablantes del español. Para cada neologismo de la muestra seleccionada, se codificó la siguiente información: a) si aparecía en el DLE; b) si estaba acompañado de alguna marca de especialización temática.

4. Resultados

En primer lugar, se presentaron los neologismos terminológicos y no terminológicos en cada sección; a continuación, se analizaron los procesos de

formación tanto de los neónimos de las tres áreas estudiadas como de los neologismos no terminológicos; por último, se analizó la inclusión de estas unidades en la última edición del diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.

4.1. Proporción de neologismos terminológicos por secciones

En el Gráfico 1, se muestra la proporción de neologismos terminológicos y no terminológicos presentes en cada sección. Como se puede apreciar, la presencia de neologismos terminológicos en las secciones de economía y deportes es muy similar, con un 50,73 % y 50,44 %, respectivamente. Este resultado se explica por la naturaleza divulgativa del discurso de la prensa, la cual presenta una baja densidad terminológica. Como ya se ha comentado, una de las principales estrategias empleadas para pasar de un texto especializado a uno divulgativo consiste en reemplazar los términos por paráfrasis, definiciones o explicaciones para facilitar la comprensión al lector.

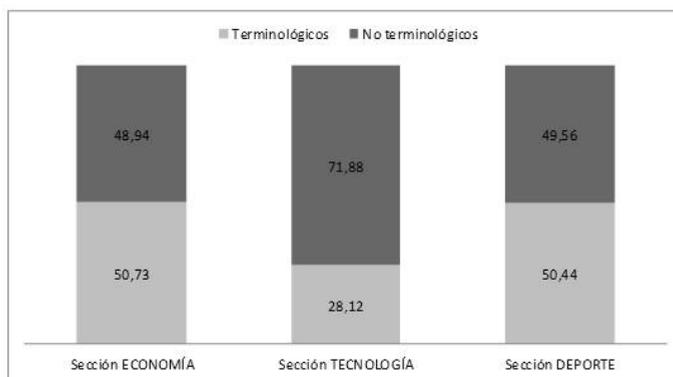


Gráfico 1. Proporción de neologismos terminológicos por áreas

En la sección de tecnología, la proporción de neologismos terminológicos desciende al 28,12 %. Esta menor presencia podría deberse a la alta penetración en la vida cotidiana de la tecnología y la informática, lo cual explicaría que muchos neologismos no se perciban como terminológicos en un contexto divulgativo, aunque también podría deberse a una mayor tendencia a la neología expresiva en las noticias con respecto a temas de tecnología, internet, redes sociales, etcétera.

En la Tabla 3, se muestran los 10 neologismos terminológicos y no terminológicos más frecuentes en cada sección. En deporte, el neónimo más frecuente es la posición *mediocentro* (29 ocurrencias distribuidas en las variantes ortográficas *mediocentro* y *medio centro*). En este ámbito, la mayoría de los neologismos terminológicos más frecuentes (8 de 10) pertenecen al fútbol. En este subgrupo, destacan las denominaciones de equipos de fútbol (clubes o selecciones) originadas mediante la adopción de préstamos, formas en las cuales concurren, en la mayoría de los casos, procedimientos semánticos. De esta manera, se encuentra el préstamo del portugués *canarinho* (15 ocurrencias como sustantivo y adjetivo), referido a la selección brasileña de fútbol y que se originó mediante un proceso

metafórico; los préstamos del inglés *red* (relativo al club de fútbol Manchester City, 15 ocurrencias como sustantivo y adjetivo) y *gunner* (referido al Arsenal Football Club, 11 ocurrencias) y que se originaron a partir de un proceso metonímico; *dream team* (9 ocurrencias) que alude a la formación del Fútbol Club Barcelona dirigida, durante la década de 1990, por Johan Cruyff; y el préstamo del italiano *azzurro* (8 ocurrencias como sustantivo y adjetivo) que se refiere a la selección italiana de fútbol y que se originó también por un proceso metonímico. Dentro del mismo conjunto de denominaciones, se registra el colectivo *barcelonismo* (9 ocurrencias) y el adjetivo *sub 21* (12 ocurrencias distribuidas en las variantes ortográficas *sub 21* y *sub-21*). Los otros dos neónimos se asocian a deportes que han adquirido mayor cobertura en los últimos años en el corpus de prensa, como son el baloncesto (*draft*) y la fórmula 1 (*heptacampeón*).

Sección	N. terminológicos	Frec.	N. no terminológicos	Frec.
DEPORTE	<i>mediocentro</i> (29), <i>canarinho</i> (15), <i>draft</i> (13), <i>heptacampeón</i> (13), <i>sub 21</i> (12), <i>red</i> (11), <i>barcelonismo</i> (10), <i>gunner</i> (10), <i>dream team</i> (9), <i>azzurro</i> (8)	130	<i>desequilibrante</i> (8), <i>debú</i> (6), <i>parón</i> (6), <i>italobrasileño</i> (5), <i>superestrella</i> (5), <i>kazajo</i> (4), <i>angloalemán</i> , <i>-ana</i> (3), <i>contraanálisis</i> (3), <i>contraataque</i> (3), <i>clasicómano</i> (3)	46
ECONOMÍA	<i>eurozona</i> (30), <i>zona euro</i> (14), <i>deslocalización</i> (12), <i>sostenibilidad</i> (9), <i>hedge fund</i> (8), <i>sobrecoste</i> (7), <i>colocador</i> (6), <i>concursal</i> (6), <i>cotizante</i> (6), <i>antimonopolio</i> (6)	104	<i>regulatorio</i> , <i>-ria</i> (11), <i>recolocar</i> (5), <i>francoalemán</i> , <i>-ana</i> (4), <i>interrumpibilidad</i> (4), <i>intracomunitario</i> , <i>-ria</i> (4), <i>provisionar</i> (4), <i>extrapeninsular</i> (3), <i>parón</i> (3), <i>subrepresentar</i> (3), <i>transeuropeo</i> , <i>-a</i> (3)	44
TECNOLOGÍA	<i>online</i> (154), <i>blog</i> (97), <i>spam</i> (40), <i>desarrollador</i> (39), <i>phishing</i> (36), <i>blogger</i> (25), <i>weblog</i> (22), <i>blogósfera</i> (21), <i>webcam</i> (21), <i>banner</i> (17)	472	<i>usabilidad</i> (15), <i>anticopia</i> (11), <i>top manta</i> (11), <i>redirigir</i> (9), <i>click</i> (8), <i>colaborativo</i> , <i>-va</i> (8), <i>cool</i> (7), <i>nanotubo</i> (7), <i>videollamada</i> (7), <i>nanométrico</i> , <i>-ca</i> (6)	89
Total		706		179

Tabla 3. Neologismos terminológicos y no terminológicos más frecuentes por sección

En economía, los sinónimos *eurozona* y *zona euro* concentran las mayores frecuencias (44 ocurrencias). Tales neónimos provienen del ámbito de las finanzas y hacen referencia al conjunto de estados europeos que han adoptado el euro como moneda. De ellos, *zona euro*, reducción del sintagma *zona del euro*, es el menos

frecuente (14 ocurrencias), mientras que *eurozona* dobla su número de ocurrencias (30), a pesar de ser semánticamente poco adecuado porque el prefijo *euro-* no tiene el sentido de ‘euro’ (moneda), sino de ‘Europa’ (TERMCAT). Al mismo subgrupo, pertenece el término *hedge fund* (8 ocurrencias), entendido como un ‘fondo de inversión que invierte el capital en valores muy especulativos para maximizar la rentabilidad con independencia de la tendencia de la bolsa’ (TERMCAT); se prefiere este término a sus equivalentes *fondo especulativo*, *fondo de inversión libre* o *fondo de gestión alternativa*, los cuales no se registran en el corpus consultado. El resto de neónimos de la lista (7 de 10) pertenecen al ámbito de la empresa: *deslocalización* (12 ocurrencias), *sostenibilidad* (9 ocurrencias), *sobrecoste* (7 ocurrencias), *colocador* (6 ocurrencias distribuidas en las categorías sustantivo masculino y adjetivo), *antimonopolio* (6 ocurrencias), *deslocalizar* (6 ocurrencias distribuidas en las categorías verbo transitivo, intransitivo y pronominal) y *recompra* (6 ocurrencias).

En tecnología, 9 de los 10 neologismos terminológicos más frecuentes están relacionados con la informática; únicamente el neónimo *webcam* pertenece a un ámbito distinto: la electrónica. El neologismo más frecuente (154 ocurrencias) es *online*, que presenta dos variantes ortográficas en el corpus seleccionado (*on line* y *on-line*) y se utiliza principalmente como adjetivo (114 ocurrencias), pero también como locución (38 ocurrencias) y adverbio (2 ocurrencias). Le siguen *blog* (97 ocurrencias) y *spam* (40 ocurrencias) —neologismos muy frecuentes que ya están instaurados en la lengua—, *desarrollador* (39 ocurrencias), *phishing* (36 ocurrencias), *blogger* (25 ocurrencias distribuidas en las categorías sustantivo masculino y femenino), *weblog* (22 ocurrencias), *blogósfera* (21 ocurrencias), *webcam* (21 ocurrencias distribuidas en las variantes ortográficas *webcam* y *web cam*) y *banner* (17 ocurrencias). De esta exposición, se desprende la importante presencia de préstamos del inglés en el ámbito de la tecnología; en el caso del corpus seleccionado, los anglicismos corresponden a 8 de los 10 neónimos más frecuentes. Asimismo, la mayor parte de ellos (6 de 8) alterna con equivalentes en español o híbridos: *on line* alterna con *en línea*; *blog*, con *bitácora*; *spam*, con *correo basura*; *blogger*, con *bloguero*, *-ra*; *webcam*, con *cámara web*; y *banner*, con *tira publicitaria*. En el corpus seleccionado, se prefiere el uso del préstamo.

Por último, los neologismos no terminológicos presentan frecuencias de ocurrencia mucho más bajas que los terminológicos en todas las secciones: 46 frente a 130, en deporte; 44 frente a 104, en economía; y 89 frente a 472, en tecnología. A pesar de que se encontraron campos semánticos generales, como los gentilicios compuestos (*italobrasileño*, *angloalemán*, *-ana*, *francoalemán -ana*), se da una cierta restricción semántica por secciones, lo cual ilustra, al juicio de las investigadoras, la especificación funcional del léxico tanto general como especializado. De este modo, por ejemplo, *debú* o *superestrella* parecen más susceptibles de figurar en noticias de deporte, mientras que *regulatorio*, *-ria* y *recolocar* son unidades que forman colocaciones frecuentes en el discurso de la economía y *redirigir* o *colaborativo*, en el de la informática.

4.2. Procesos de formación de los neologismos terminológicos

A continuación, se compararon los procesos de formación de los neologismos terminológicos de las áreas de deportes, economía y tecnología con el fin de

identificar los procesos más productivos en cada una de ellas. Para llevarlo a cabo, se han agrupado los procesos de formación en diez categorías:

- a) derivación: incluye los procesos de prefijación (*sobrecoste*), sufijación (*cotizante*) y parasíntesis (*desestacionalizar*);
- b) composición: se agrupa la composición culta a partir de formantes de origen grecolatino o adjuntos a un radical de la lengua (*clasicómano*, *cronoescalada*) y la composición patrimonial, formada a partir de dos radicales de la lengua (*cazautógrafos*, *centrocientista*);
- c) neología sintáctica: incluye los procesos de lexicalización a partir de una forma flexiva (*clonado*, *encriptado*), de conversión sintáctica, donde hay cambio de categoría sin modificación de la base léxica (*tutorial* como sustantivo) y de neologismos sintácticos, donde se produce un cambio de subcategoría gramatical en una base léxica (*azafato*, *canibalizarse*);
- d) sintagmación: se produce a partir de la lexicalización de un sintagma (*director deportivo*, *correo malicioso*);
- e) neología semántica: se forma por modificación del significado de una base léxica (*burbuja*, *buscador*);
- f) truncación: incluye la siglación (*mp3*, *kpbs*), la acronimia (*infodemia*, *flexiseguridad*) y la abreviación (*fisio*, *pole*);
- g) préstamos no adaptados (*banner*, *subprime*);
- h) préstamos adaptados: se produce alguna adaptación ortográfica o morfológica (*debú*, *ciborg*);
- i) neología por variación formal ortográfica (*aerospacial*, *kedada*);
- j) la categoría otros para aquellos neologismos que no responden a ninguna de las clasificaciones anteriores.

Como se puede observar en el Gráfico 2, en las áreas de deportes y tecnología, el porcentaje mayor lo obtienen los préstamos no adaptados (38,4 % y 43,5 %, respectivamente). Estos préstamos provienen mayoritariamente del inglés en tecnología y de una variedad de lenguas en el caso del deporte: francés (*bleu*, *grande boucle*), italiano (*azzurro*, *calcio*), portugués (*canarinho*, *folha seca*) o catalán (*gent blaugrana*, *espanyolista*). En economía, el préstamo no adaptado es importante (22,8 %), pero por detrás de otros mecanismos formales como la derivación o la sintagmación. La derivación es el siguiente mecanismo más productivo en deportes (29,3 %) y economía (32 %), por encima de la composición (12,9 % en deportes y 8,7 % en economía). Esta situación se invierte en el caso de tecnología, donde la composición (18,8 %) supera a la derivación (14,3 %), sobre todo gracias a la presencia de formantes cultos altamente productivos como *ciber-* o *foto-*.

La sintagmación es el segundo mecanismo más productivo en economía con un 23,7 % (*activo malo*, *mercado financiero*) y, en cambio, ocupa menos de un 5 % en deportes o tecnología, a pesar de que este mecanismo es altamente frecuente en la formación terminológica en general. En deportes, la neología semántica también presenta un porcentaje mayor (8,39 %) que en economía (2,7 %) y tecnología (4,9 %). Cabe señalar que, dentro de esta categoría, entran los neologismos formados por metaforización, que toman como dominio fuente palabras de la lengua general, como *bicicleta* —en referencia a un tipo de regate— u *orejuda* —

relativo a la copa que recibe el ganador de la Champions League, por analogía formal de las asas con unas orejas—. Estos resultados concuerdan parcialmente con estudios previos con respecto a la terminología en estas áreas, que señalaban la importancia del préstamo o de la metáfora en deportes (Hernández Alonso, 2012). Por otro lado, los porcentajes menores en los tres ámbitos corresponden a los neologismos formados por variación (menos de 1,5 % en todas las áreas), a la neología sintáctica (inferior al 3,2 %) y a los préstamos adaptados (inferior al 2 %).

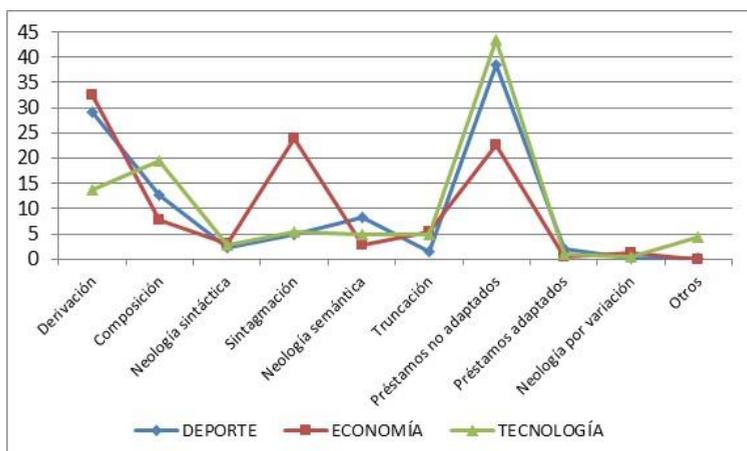


Gráfico 2. Procesos de formación de neologismos terminológicos

Si se observa más de cerca cada área, se pueden establecer ciertas tendencias entre los procesos de formación y las necesidades denominativas de cada una de ellas. De esta manera, en deportes, se encuentra que las denominaciones relativas a selecciones de fútbol optan por el préstamo en las lenguas de cada país —*azzurro* para la selección italiana, *canarinho* por la brasileña, *red* en referencia a la inglesa o *bleu* para el equipo francés—, así como para denominar realidades de otros países —*jogo bonito*, *maglia rosa*—. La predominancia de los anglicismos es notable y su función denominativa traspasa la referencia a la cultura de origen, puesto que se emplean como términos específicos de algunas disciplinas deportivas para las cuales no existe equivalente en español —*green*, *pit lane* o *grip*— o porque se prefiere el recurso del préstamo frente a un equivalente codificado en español (*coach*, *tie break*, *match ball*). Por otro lado, la derivación se utiliza principalmente para denominaciones relativas a equipos o hinchadas, las cuales hacen referencia tanto a una persona (*alavesista*, *osasunista*, *Juventino*) como al movimiento (*barcelonismo*, *madridismo*).

En economía, muchos de los neologismos formados por derivación han surgido a partir de la crisis económica, con prefijos como *anti-*, *des-* y *re-*, y sufijos como *-ción* e *-izar*: *anticrisis*, *recapitalizarse*, *desendeudamiento*, *deslocalizar*, *deslocalización*. Por otro lado, en el caso de los neologismos formados por sintagmación, se observa que, a partir de una base, se crean términos análogos, lo que representa una ventaja a nivel lingüístico: *banco colocador*, *banco custodio*, *banco de inversión*; *renta fija corporativa*, *renta fija privada*, *renta variable*. Por

último, los neologismos utilizados como préstamo son producto de la dinámica económica mundial y las transacciones internacionales: *commodity*, *hedge fund*, *due diligence*.

En el área de la tecnología, los préstamos utilizados corresponden principalmente a unidades que denominan nuevas formas de comunicación (*blog*, *chat*, *post*, *texting*), nuevas realidades (*cyberpunk*, *e-banking*) o nuevos objetos o servicios (*smartphone*, *webcam*, *bluetooth*). Por otro lado, los neologismos formados por composición patrimonial denominan nuevos objetos tecnológicos y toman mayoritariamente la estructura NN, que constituye un calco del inglés (*cablemódem*, *móvil-PDA*, *teléfono-cámara*). Los neologismos formados por composición culta denominan conceptos relacionados con los avances tecnológicos de uso cotidiano (*cibercafé*, *videochat*), pero también para denominar conceptos con mayor nivel de especialización: *fotoelectrónica*, *geoespacial*, *nanobioingeniería*. Por último, en el caso de la derivación, los prefijos más frecuentes corresponden a *anti-*, *inter-*, *multi-* y *super-*, y denominan también avances tecnológicos (*antipiratería*, *multiplataforma*, *interoperabilidad*). En el caso de la sufijación, los sufijos más frecuentes corresponden a *-dor*, *-ear*, *-ero* y *-dad*, y forman neologismos que denominan nuevas actividades y, a su vez, los nuevos roles que surgen de estas actividades: *hackear*, *virtualizar*, *desarrollador (de software)*, *internetero*.

Como se puede observar, existen algunas diferencias con respecto a los tipos de formación predominantes en las áreas analizadas y también con respecto a las necesidades comunicativas a las que responden estos neologismos; por ejemplo, en el caso de la tecnología y la economía, abundan más los neologismos por necesidades denominativas; mientras que, en deportes, además de lo anterior, se observa que la neología está al servicio de la creatividad y la expresividad del periodista, como se ha visto con los términos metafóricos, así como también con el uso de préstamos de diferentes lenguas.

4.3. Procesos de formación de neologismos terminológicos frente a no terminológicos

Una vez analizados los procesos de formación de los neologismos de las tres áreas estudiadas, se compararon los procesos de formación más productivos de los neologismos terminológicos con respecto a los neologismos no terminológicos.

Como se puede observar en el Gráfico 3, de manera general, los resultados obtenidos en los procesos de formación de los neologismos no terminológicos son similares a los de los neologismos terminológicos. Sin embargo, se observan algunas diferencias dignas de mención. Por una parte, los neologismos no terminológicos obtienen resultados menores (16,04 %) que los neologismos de las tres áreas de especialidad en el uso de préstamos no adaptados, con una diferencia más marcada sobre todo con respecto a tecnología (43,35 %) y deporte (38,46 %). Por otra parte, en el caso de la derivación, los resultados de los neologismos no terminológicos se alejan bastante de los de la sección tecnología, que obtiene los menores resultados en cuanto a este proceso de formación de unidades neológicas (38,11 % y 13,65 %, respectivamente). Lo mismo ocurre en el caso de la sintagmación, en el que los neologismos no terminológicos obtienen un porcentaje mucho menor que la sección economía (6,24 % y 23,98 %, respectivamente). Entre

los sintagmas no terminológicos, se encuentran unidades como *apagón informativo*, *precariedad laboral*, *violencia de género* y *salvar los muebles*.

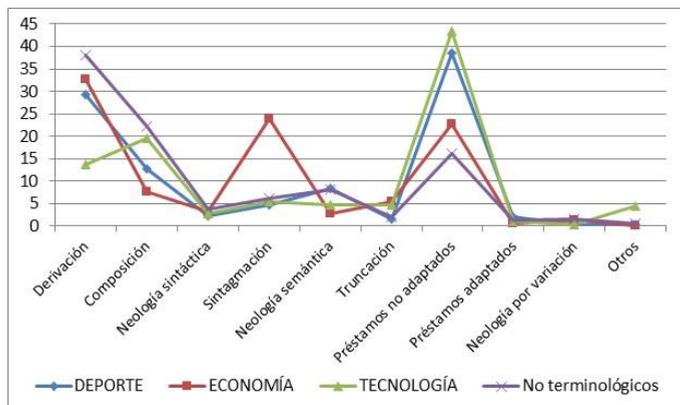


Gráfico 3. Procesos de formación de neologismos terminológicos y no terminológicos

Ahora bien, los procesos de formación predominantes de los neologismos no terminológicos corresponden a la derivación y la composición, con un 38,11 % y un 22,14 % respectivamente, porcentajes incluso superiores a los de las tres áreas de especialidad. Al analizar más en detalle estas categorías, se pudo observar que, por una parte, la prefijación es más frecuente que la sufijación, con un 57,7 % y un 42,3 % respectivamente del total de unidades formadas por derivación; y que, por otra parte, la composición culta supera significativamente a la composición, con un 81,4 % frente a un 18,6 %. Entre los neologismos formados por derivación, se encuentran unidades tales como: *interprofesional*, *archifamoso*, *reubicar*, *prepago*, *superpoder*, *perfeccionable*, *criminalizar*, *opinador* y *presidenciable*; y, entre las unidades formadas por composición, algunos ejemplos son: *autoayuda*, *ciberburocracia*, *megaproyecto*, *videodenuncia* y *metrobús*.

El tercer procedimiento más productivo de los neologismos no terminológicos corresponde a los préstamos no adaptados (16,04 %), con unidades provenientes principalmente del inglés: *celebrity*, *low cost*, *freak*, *trailer*, *security*; pero también de otros idiomas como el catalán: *calçot*, *deixalleria*; el italiano: *grotto*; el alemán: *leit-motiv*; el francés: *grandeur* y el latín: *lingua franca*.

Los porcentajes menores de los neologismos no terminológicos se observan en la neología sintáctica (3,7 %), en la neología por variación (1,64 %) y en los préstamos adaptados (1,3 %).

A partir de estos resultados, se puede observar entonces que los procesos de formación más frecuentes son similares entre los neologismos terminológicos y los no terminológicos, pero con un orden invertido. Mientras que el uso de préstamos no adaptados es más frecuente entre los primeros, ocupa el segundo lugar entre los no terminológicos y, mientras que la derivación y la composición son más frecuentes entre los mecanismos de formación de neologismos no terminológicos, ocupan el segundo lugar en el caso de los neologismos terminológicos. De igual manera, lo mencionado anteriormente confirma lo que plantean estudios anteriores (Cabré Castellví, 1993) con respecto al hecho de que la derivación, la composición

y el uso de préstamos (principalmente del inglés) son los mecanismos de formación de neologismos más frecuentes. Sin embargo, algunos de estos procesos tendrán un tratamiento privilegiado al momento de ingresar neologismos al diccionario, como se presenta a continuación.

4.4. Inclusión en el Diccionario de la Lengua Española

En último lugar, se examinó la inclusión de los neologismos en el DLE para comparar el grado de penetración de la neología terminológica y no terminológica difundida en la prensa en el léxico general del español.

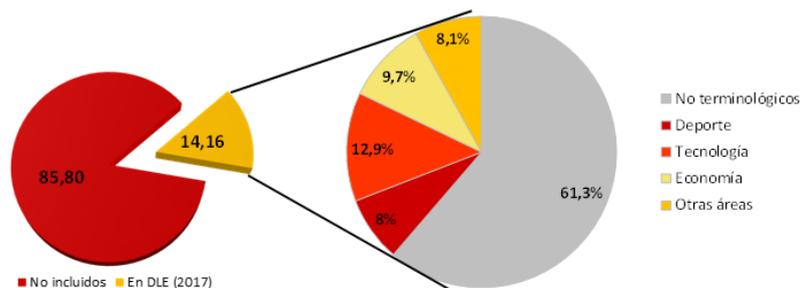


Gráfico 4. Inclusión de neologismos terminológicos y no terminológicos en el DLE

Como se observa en el Gráfico 4, un 14,16 % ($n.º = 349$) de los neologismos del corpus se incluyeron en la última edición del DLE. De esta proporción, 135 (38,7 %) son neologismos terminológicos y 214 (61,3 %), no terminológicos, lo cual constituye un número considerable si se tiene en cuenta el carácter generalista del DLE. En cuanto a la distribución por áreas, la mayor proporción corresponde a tecnología, con 45 neologismos (12,9 %), seguido de economía con un 9,7 % (34 neologismos) y en último lugar deporte con un 8 % (28 neologismos). No obstante, si se tiene en cuenta la cantidad de neologismos terminológicos de cada área en el corpus (293 en tecnología, 221 en economía y 310 en deporte), se identifica una preferencia ligeramente mayor del DLE por los neologismos de economía (14,5 %) frente a tecnología (11,6 %) o deporte (9 %). Los neologismos terminológicos de otras áreas incluidos en el DLE (8,1 %, $n.º = 28$) pertenecen a las ciencias de la salud (*medicalizar*), a la industria energética (*bioetanol*, *biodiésel*), al derecho o la administración (*land*, *anotocismo*), a la psicología (*propiocepción*) o a la óptica (*estroboscópico*).

En la Tabla 4, se muestran algunos de los neologismos incluidos y no incluidos en el DLE. Si se comparan ambas listas, se pueden identificar algunas tendencias. En primer lugar y como es de esperar, la preeminencia de la inclusión de neología denominativa en el DLE, puesto que la mayoría de los neologismos incluidos responden a nuevas realidades para las cuales no había una denominación disponible anteriormente (*deslocalización*, *hipertextual*, *ochomil*, *cortafuegos*).

Sección	Incluidos en el DLE	No incluidos en el DEL
DEPORTE	central, críquet, cronoescalada, lateral, pedalista, tricampeón, green, ochomil	mediocentro, canarinho, draft, sub 21, alavesista, bleu, maglia rosa, escudero, sacador, bicicleta
ECONOMÍA	anticrisis, antitrust, bróker, burbuja, deslocalización, emprendimiento, trazabilidad, recompra	eurozona, hedge fund, cotizante, activo poco líquido, american depositary receipt, antifraude, banco de inversión, sobrecoste
TECNOLOGÍA	blog, buscador, chat, colgar, cortafuegos, dominio, hipertextual, web	online, desarrollador, phishing, antispam, biohacking, bloguear, cámara web, ciberbiblioteca
NO TERMINOLÓGICOS	antisistema, autoayuda, friki, grafitero, mantra, guadianesco -ca, homófobo -ba, negacionista	salvar los muebles, on fire, plis plas, teletransportarse, vintage, killer, desequilibrante, superestrella

Tabla 4. Neologismos incluidos y no incluidos en el DLE

De este modo, en deporte, se incluyen términos vinculados con deportes de reciente popularización (*ochomil*, *green*, *cronoescalada*); en tecnología, se incluyen términos relativos a las nuevas tecnologías de uso cotidiano (*blog*, *chat*, *dominio*) y, en economía, unidades cuyo uso se extendió con la crisis económica (*anticrisis*, *burbuja*, *recompra*). En algunos casos en que podría haber una unidad disponible en la lengua (por ejemplo, *césped* en vez de *green* o *corredor de bolsa* en vez de *bróker*), se incorporaron términos nuevos que reflejan el uso más extendido en los ámbitos especializados. Si se analizan los neologismos no incluidos, se pueden identificar diversos criterios para su exclusión del diccionario, como el carácter altamente especializado de algunas unidades (*biohacking*, *activo poco líquido*), la novedad y, por lo tanto, inestabilidad de algunas unidades (*ciberbiblioteca*, *killer*) o la neología estilística, que es especialmente patente en el lenguaje general (*on fire*, *plis plas*) y en deportes a través de la metáfora tan frecuente en el discurso del periodismo deportivo (*escudero*, *bicicleta*). Por otro lado, también se aprecia el carácter normativo del DLE en la selección de las unidades, puesto que se privilegian las grafías adaptadas a la ortografía del español aunque no sean las más frecuentes (*bróker* frente a *broker*, o *wifi* frente a *wi-fi* o *wi fi*), del mismo modo que algunos préstamos no adaptados quedan excluidos a pesar de su alto grado de penetración en el uso (*online*, *draft*, *bluetooth*, *vintage*).

En cuanto a las marcas temáticas, 83 neologismos vienen acompañados de una marca temática que refleja su carácter todavía terminológico o, al menos, su adscripción a un área temática específica. Dentro de ellos, las marcas más abundantes son, naturalmente, la informática con 27 neologismos, la economía con 15 y el deporte con 10. Las otras 19 etiquetas tienen una representatividad mucho menor, como biología con 4 (*bioinformático*, *darwiniano*, *morfotipo*, *recombinante*), psicología (*proactivo*, *propiocepción*) o tecnología (*nanotubo*, *nanoestructura*, *geoestacionario*) con 3 y las demás áreas con 2 neologismos o menos.

Marca	N. por marca	Ejemplos	Total
INFORMÁTICA	27	<i>spam, sitio web, intranet, wifi, colgar, dominio, emoticon</i>	27
ECONOMÍA	15	<i>titulización, capital riesgo, antidumping, anualizar, burbuja</i>	15
DEPORTE	10	<i>banquillo, alero, caddie, culotte, piscinazo, regateador</i>	10
BIOLOGÍA	4	<i>bioinformático, darwiniano, recombinante, morfotipo</i>	4
PSICOLOGÍA, TECNOLOGÍA	3	<i>nanotubo, nanoestructura, propiocepción, proactivo -va</i>	6
DERECHO, ELECTRICIDAD, MATEMÁTICAS, MEDICINA, TV	2	<i>anatocismo (der.), módulo (mat.)</i>	10
CINEM, FIL Y LIT, FÍSICA, FISIOLÓGÍA, GEOLOGÍA, MECÁNICA, ÓPTICA, PINTURA, TRANSPORTES, VETERINARIA, ZOOLOGÍA	1	<i>lengua azul (vet.), deconstrucción (fil y lit), jarosita (geo.), matérico (pint.)</i>	11
Total			83

Tabla 5. Neologismos con marca temática en el DLE

Los neologismos con marca de especialización representan el 23,8 % de los neologismos que ingresaron en el diccionario. Lo anterior podría interpretarse como un reflejo del proceso de desteterminologización que experimentan en su mayoría los neologismos especializados cuando se difunden en la prensa, puesto que, en el camino de ingreso al diccionario, solo una proporción baja conserva la marca de especialización y se puede decir que ya han ingresado en el acervo léxico de los hablantes de la lengua general, aunque conserven todavía una conexión con las áreas de las que proceden. Por otro lado, los ejemplos de la tabla anterior muestran que, bajo la etiqueta de marca temática, se incluyen términos especializados de uso restringido a los especialistas (*jarosita, anatocismo*) y otros de uso mucho más extendido en la lengua general, sobre todo en el caso de informática (*spam, intranet, emoticon*) o deporte (*banquillo, regateador*).

Finalmente, si se comparan los mecanismos de formación de los neologismos incluidos en el DLE con los neologismos terminológicos y no terminológicos de la muestra estudiada, se puede observar una preferencia del DLE hacia ciertos mecanismos. De esta manera, el 44,7 % de los neologismos que ingresaron están formados por derivación. Este mecanismo es altamente productivo en la neología general (38 %) y no tanto en la terminológica (24,7 %), pero proporcionalmente recibe un tratamiento privilegiado en el DLE.

Lo contrario sucede con los préstamos no adaptados, que representan un 36 % de los neologismos terminológicos, un 16,1 % de los no terminológicos y un 13,2 % de los que entraron en el diccionario. Por otro lado, la neología sintagmática está infrarrepresentada en el diccionario, lo cual obedece a la tradición de los diccionarios generales de organizar la macroestructura a partir de lemas simples y las locuciones como subentradas de los mismos. Finalmente, los préstamos adaptados (4,6 %) y la neología semántica (11,2 %) también son procesos que proporcionalmente están más representados en el DLE que en el corpus analizado.

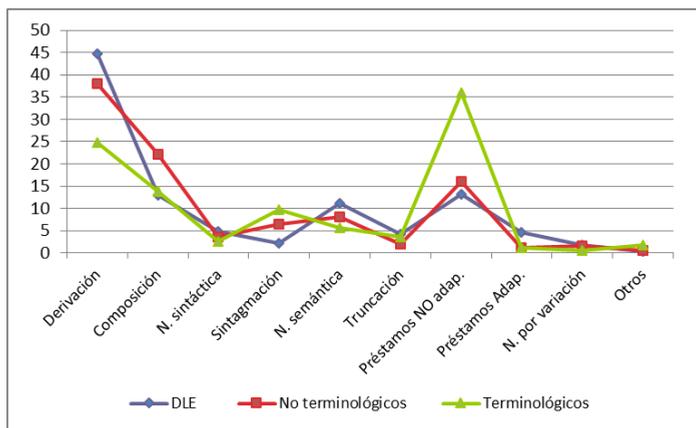


Gráfico 5. Procesos de formación de los neologismos incluidos en el DLE

5. Conclusiones

En este artículo, se propuso indagar de qué manera las áreas especializadas contribuyen al enriquecimiento de la lengua española, a través del análisis de la neología terminológica difundida en la prensa generalista y su inclusión en el diccionario general. Para ello, se examinaron los neologismos presentes en las secciones especializadas de deportes, economía y tecnología en el diario *El País* durante el periodo 2003-2013 registrados en la base de datos del Observatori de Neologia. A partir de los datos observados, se puede afirmar que la difusión de terminología a través de la prensa es moderada, puesto que representa aproximadamente un 40 % de la neología registrada en las secciones especializadas. Este resultado es congruente con las características y propósitos de la práctica comunicativa descrita. Por un lado, en las noticias de temática especializada, la densidad terminológica es baja, dado que constituyen un tipo de género divulgativo en el que los términos se reemplazan por otras secuencias más descriptivas que facilitan la transmisión del conocimiento especializado a un público lego. Por otro lado, la abundante presencia de neología no terminológica en estas secciones refleja, al juicio de las investigadoras, otras estrategias comunicativas puestas en juego en la divulgación mediática. En este sentido, las noticias de economía, tecnología o deportes, pese a tratar temáticas especializadas, tienen como objetivo general generar audiencia, captar la atención del público a través del “recurso a lo espectacular” (Alcíbar, 2004). Se considera que la

presencia de neología no especializada podría reflejar la creatividad del periodista en su intento de producir un efecto de novedad y que no solo se da en las noticias de deporte, como se ha dicho comúnmente, sino también en economía y tecnología.

Por otro lado, a través de la comparación de los mecanismos de formación, se han observado tendencias interesantes respecto a la formación neológica en las áreas estudiadas. En primer lugar, se destaca la elevada productividad del préstamo no adaptado y la sorprendente escasez del préstamo adaptado tanto en las áreas especializadas como en la neología general. Como era de esperar, la derivación y la composición constituyen los mecanismos vernáculos más productivos, pese a que existen ciertos contrastes entre las áreas, como la preferencia en tecnología por la composición frente a la derivación en economía o deporte. Con respecto al comportamiento de la neología no terminológica en el corpus seleccionado, se constató que hay mayor diversidad e inestabilidad, mayor presencia de la neología estilística y una mayor preferencia por los mecanismos vernáculos como la derivación, la composición o la neología semántica. En definitiva, el análisis de las investigadoras permite observar preferencias lexicogénicas propias de cada área, como la sintagmación en economía o la neología semántica en deporte y leves diferencias entre la neología terminológica y no terminológica, a pesar de que no son lo suficientemente marcadas como para hablar de comportamientos distintos, al menos en la prensa general.

Finalmente, el análisis de la inclusión de los neologismos en el diccionario arroja interesantes resultados respecto al papel de la terminología en el enriquecimiento de la lengua y acerca de las prácticas de actualización del DLE.

Con respecto al primer aspecto, se estima que la proporción de neologismos terminológicos que ingresaron en el diccionario es considerable, con casi un 40 % del total de unidades incluidas. Lo anterior refleja la importante contribución de las áreas especializadas estudiadas, sobre todo economía y tecnología, al acervo léxico del español. Por otro lado, este dato también refleja el importante papel de la prensa generalista en la transferencia de terminología y el fenómeno de desterrminologización que experimentan estas unidades cuando ingresan en el léxico general. Con respecto a los criterios de inclusión de neologismos en el diccionario estudiado, se identificó, como era de esperar, una tendencia a incluir neología denominativa y la preferencia por registrar unidades formadas con procedimientos vernáculos, como la derivación y la composición frente al préstamo no adaptado, lo cual es, en cierta medida, congruente con el papel estandarizador del DLE. Sin embargo, no se ha podido identificar un criterio sistemático ni claro en la utilización de la marca temática, puesto que, en algunos casos, sí refleja el carácter especializado de la unidad léxica, pero se emplea únicamente como indicativo de un área temática en otros casos, como en la marca de informática.

A pesar de las limitaciones de este estudio, que se centró en un único diario y en las secciones especializadas registradas en la base de datos del Observatorio de Neología, se considera que el análisis ha permitido ilustrar el camino que recorre la terminología especializada desde su divulgación a la sociedad hasta su ingreso en el diccionario, y cuáles son las tendencias en el enriquecimiento del léxico actual del español.

Agradecimientos

Parte de esta investigación se ha realizado en el marco del proyecto postdoctoral de la Dra. Belén Villena Araya en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (DI-Postdoc/2018). Las autoras agradecen la participación de Cristian Gamblin (profesor de Educación Física de la PUCV, Chile), Teresa Moreno Fuenzalida (ingeniera comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile), Olga Roca (ingeniera en Computación e Informática de la Universidad de Concepción, Chile) y Juan-Manuel Torres-Moreno (doctor en Ciencias de la Computación y profesor-investigador en la Universidad de Aviñón, Francia) en el proceso de validación de las unidades terminológicas de los tres ámbitos estudiados.

Bibliografía

- Alcíbar, M. (2004). La divulgación mediática de la ciencia y la tecnología como recontextualización discursiva. *Análisi: quaderns de comunicació i cultura*, (31), pp. 43-70.
- Alvar Ezquerro, M. (1999). *La formación de palabras en español. Cuadernos de lengua española*. Madrid, España: Arco Libros.
- Azorín Fernández, D. (2005). Palabras nuevas en los diccionarios del español actual. En N. V. Karpóvskaya y A. Santana Arribas (eds.), *La identidad nacional a través del diálogo entre culturas: Estudios científicos sobre el área de las humanidades en los espacios científicos ruso e iberoamericano – Tomo II* (pp. 130-134). Rostov del Don, Rusia: Editorial de la Universidad Federal del Sur.
- Battaner Arias, M. P. (2001). *Lema: Diccionario de la Lengua Española*. Barcelona, España: Spes Editorial.
- Battaner Arias, M. P. (2001). *Diccionario de uso del español de América y España* (1.ª ed.). Barcelona, España: Spes Editorial.
- Boulanger, J. C. (1980). *Les français régionaux: observations sur les recherches actuelles, coll. «Études, recherches et documentation»*. Québec, Canadá: Office de la langue française, Éditeur officiel du Québec.
- Cabré Castellví, M. T. (1993). *La terminología: Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona, España: Editorial Antártida/Empúries.
- Cabré Castellví, M. T. (2004). La importància de la neologia per al desenvolupament sostenible de la llengua catalana. En M. T. Cabré Castellví, J. Freixa Aymerich y E. Solé (coords.), *Llengua catalana y neologia* (pp. 17-45). Barcelona, España: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.
- Cassany, D.; López-Ferrero, C. y Martí Olivella, J. (2000). La transformación divulgativa de redes conceptuales científicas: Hipótesis, modelo y estrategias. *Revista iberoamericana de Discurso y Sociedad*, 2 (2), pp. 73-103.
- Ciapuscio, G. E. (1997). Lingüística y divulgación de ciencia. *Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*, (7), pp. 19-28.
- Estopà Bagot, R. (2009). Neologismes i filtres de neologicitat: aspectes metodològics. En M. T. Cabré Castellví y R. Estopà Bagot (eds.), *Les paraules noves: Criteris per detectar i mesurar els neologismos* (pp. 39-48). Vich/Barcelona, España: Eumo Editorial/Universitat Pompeu Fabra.
- Estornell Pons, M. (2009). *Neologismos en la prensa: criterios para reconocer y caracterizar las unidades neológicas. Quaderns de Filologia, anejo n.º 70*. Valencia, España: Universitat de València.
- Fernández-Sevilla, J. (1982). *Neología y neologismo en español contemporáneo*. Granada, España: Don Quijote.

- García Palacios, J. (2001). En los límites de la especialidad: los textos de divulgación científica. En M. T. Bargalló Escrivà et al. (coords.), *Las lenguas de especialidad y su didáctica: Actas del Simposio Hispano-Austriaco* (pp. 157-168). Santiago de Compostela, España.
- García Palacios, J. (2010). La competencia neológica especializada en el estudio y la actuación sobre la neología terminológica. *Revue française de linguistique appliquée*, 14 (2), pp. 17-30.
- Hernández Alonso, N. (2012). *Tendencias en el lenguaje deportivo actual*. Madrid, España: Editorial Visión Libros.
- Guerrero Ramos, G. (2008). Neología y campos de especialidad en prensa. En M. T. Cabré Castellví et al. (eds.), *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico* (pp. 291-322). Barcelona, España: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.
- Llopart-Saumell, E. (2016). *La funció dels neologismes: Revisió de la dicotomia neologia denominativa i neologia estilística* (tesis doctoral no publicada). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.
- Mendizábal, V. (2007). Hacia un nuevo contrato entre ciencia y sociedad: el papel de la comunicación científica. En *Lecciones, Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Bellaterra, España: Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de <http://portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=36>
- Meyer, I. y Mackintosh, K. (2000). When terms move into our everyday lives: An overview of de-terminologization. *Terminology*, 6(1), 111-138, <https://doi.org/10.1075/term.6.1.07mey>
- Moliner Ruiz, M. (2007). *Diccionario de uso del español*. Madrid, España: Editorial Gredos.
- Observatori de Neologia (2004). *Metodología del trabajo en neología: Criterios, materiales y procesos. Papers de l'IULA, Sèrie Monografies, 9*. Barcelona, España: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.
- Pérez Oliva, M. (1998). El valor añadido de la comunicación científica. *Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*, (10), pp. 58-69.
- Quemada, B. (1971). Para una política de la neología, *Español Actual*, 20, pp. 12-17.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.^a ed.). Madrid, España: Editorial Espasa-Calpe.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). Madrid, España: Editorial Espasa-Calpe. Recuperado de <https://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Rey, A. (1976). Néologisme: un pseudo-concept? *Cahiers de lexicologie*, 1 (28), pp. 3-17, <https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-8124-4281-0.p.0005>
- Rey, A. (1988). Dictionnaire et néologie. En M. Côté, *Actes du colloque Terminologie et technologies nouvelles* (pp. 279-289). Quebec, Canadá: Gobierno de Quebec.
- Sablayrolles, J. F. (2003). *L'innovation lexicale*. París, Francia: Éditions Honoré Champion.
- Sager, J. C. (1990). *A Practical Course in Terminology Processing*. Ámsterdam, Países Bajos: John Benjamins Publishing Company.
- Sánchez Manzanares, M. C. (2013). Valor neológico y criterios lexicográficos para la sanción y censura de neologismos en el diccionario general. *Sintagma*, 25, pp. 111-125.
- Santamaría Pérez, M. I. (2006). El léxico de la ciencia y de la técnica. En *Biblioteca Virtual de Humanidades*. Madrid, España: Editorial Liceus. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12767/2/L%C3%A9xico%20de%20la%20ciencia%20y%20de%20la%20t%C3%A9cnica.doc>
- Seco, M. (1999). *Diccionario del español actual*. Madrid, España: Editorial Aguilar.
- Centro de Terminología de la Lengua Catalana (TERMCAT). Banco de datos terminológicos CERCATERM. Barcelona, España. Recuperado de <http://www.termcat.cat/ca/Cercaterm/Fitxes/>