

Hakima Janou El Gouy

EUFEMISMOS EN LAS REDES SOCIALES: USO Y VARIACIÓN

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Dirigido por la Dra. M. Dolores Jiménez López

Grado de Lengua y Literatura Hispánicas



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Tarragona

2021

ÍNDICE

ÍNDICE DE GRÁFICOS	4
I. INTRODUCCIÓN	5
1. MOTIVACIÓN	6
2. OBJETIVOS	8
3. METODOLOGÍA Y FUENTES	9
4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	12
II. MARCO TEÓRICO	14
5. SOCIOPRAGMÁTICA	15
5.1. Tabú lingüístico	16
5.2. Teoría de la cortesía	17
6. EUFEMISMO	19
6.1. Definición	20
6.2. Clasificaciones	21
6.2.1. Clasificación por intención	22
6.2.2. Clasificación temática.....	23
6.2.3. Clasificación por composición	24
7. COMUNICACIÓN NO VERBAL	28
8. CIBERLENGUAJE.....	31
8.1. Comunicación no verbal en el ciberlenguaje	32
III. EUFEMISMOS EN LAS REDES	34
9. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN POR COMPOSICIÓN	35
9.1. Caracterización lingüística.....	36
9.1.1. Nivel fonético	36
9.1.2. Nivel morfológico	37
9.1.3. Nivel sintáctico	38
9.1.4. Nivel léxico	39
9.1.5. Nivel semántico	40
9.2. Caracterización paralingüística	41
9.2.1. Nivel paralingüístico	41
9.2.2. Nivel kinésico.....	42
9.2.3. Nivel gráfico.....	43
10. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN POR INTENCIÓN.....	44

11. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA.....	46
12. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA	49
12.1. Variación diatópica.....	49
12.1.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso.....	50
12.1.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática	51
12.2. Variación generolectal.....	52
12.2.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso.....	53
12.2.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática	54
12.3. Variación genolectal.....	55
12.3.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso.....	56
12.3.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática	57
12.4. Variación sociolectal.....	58
12.4.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso.....	59
12.4.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática	60
IV. CONCLUSIONES	61
13. CONCLUSIONES	62
BIBLIOGRAFÍA.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Incidencia de los niveles.....	35
Gráfico 2. Incidencia interna del nivel fonético.....	36
Gráfico 3. Incidencia interna del nivel morfológico.....	37
Gráfico 4. Incidencia interna del nivel sintáctico.....	38
Gráfico 5. Incidencia interna del nivel léxico.....	39
Gráfico 6. Incidencia interna del nivel semántico.....	40
Gráfico 7. Incidencia interna del nivel paralingüístico.....	41
Gráfico 8. Incidencia interna del nivel kinésico.....	42
Gráfico 9. Incidencia interna del nivel gráfico.....	43
Gráfico 10. Incidencia de los tipos de intención.....	44
Gráfico 11. Incidencia de las temáticas.....	47
Gráfico 12. Variación diatópica según criterios absolutos.....	50
Gráfico 13. Variación diatópica según criterios relativos.....	51
Gráfico 14. Variación generolectal según criterios absolutos.....	53
Gráfico 15. Variación generolectal según criterios relativos.....	54
Gráfico 16. Variación genolectal según criterios absolutos.....	56
Gráfico 17. Variación genolectal según criterios relativos.....	57
Gráfico 18. Variación sociolectal según criterios relativos.....	59

I. INTRODUCCIÓN

1. MOTIVACIÓN

El objetivo principal de este estudio es el de analizar, desde un punto de vista sociopragmático, la aparición e incidencia de los eufemismos en las redes sociales, concretamente en Twitter. Para ello tendremos en cuenta varios criterios para analizar su variación: la manera en que están compuestos; la intención con la que se utilizan; y las variables sociales de los usuarios que los emplean, todo ello con el fin de hacernos una idea de cuáles son los perfiles que más los usan, las temáticas más recurrentes, el tipo de construcción más habitual, etc.

En las últimas décadas ha habido un crecimiento considerable de la comunicación mediatizada por ordenador, lo que ha propiciado la creación de las redes sociales y de otros espacios, como los foros, con la finalidad de promover y facilitar la intercomunicación entre las personas, tanto en un ámbito familiar y coloquial como profesional (Rodríguez Hauschild 2014: 140), resultando en una nueva manera de comunicarnos y de presentarnos. Con el estudio del eufemismo, fenómeno versátil y heterogéneo, en este nuevo entorno, podremos apreciar algunas de las características de este nuevo espacio comunicativo a la par que vamos a dar constancia de la frecuencia de aparición y de variación de las voces eufemísticas según criterios lingüísticos y sociopragmáticos.

El trabajo que presentamos es especialmente relevante por la novedad que supone realizar un análisis de los eufemismos en un nuevo tipo de comunicación: nuestro análisis puede poner de manifiesto las diferencias en el uso de eufemismos en las redes respecto a las manifestaciones eufemísticas que se producen en la lengua oral y escrita. Las características propias del lenguaje mediado por ordenador, con un menor seguimiento de las convenciones propias de la lengua escrita e incluso de la oral y con una creatividad expresiva mucho mayor (Caldevilla Domínguez 2010: 58), puede hacer que en nuestro análisis encontremos nuevas maneras de producir eufemismos. Por otra parte, las características del corpus compilado en el que se incluyen personajes públicos que de alguna manera se ven obligados a proteger su imagen positiva, nos asegura encontrar eufemismos que quizás, en usuarios anónimos, aparezcan de manera muy aislada.

Somos conscientes de que el eufemismo ha sido estudiado en profundidad desde puntos de vistas muy variados, pero consideramos que nuestro trabajo puede aportar nuevas ideas sobre este fenómeno por el hecho de ocuparnos del uso de la lengua a través de dispositivos electrónicos, y en concreto a través de las redes. Esta nueva manera de usar el lenguaje por su novedad y sus características especiales abre un nuevo ámbito de investigación en el que los lingüistas tienen mucho que decir todavía.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo es realizar un estudio sociopragmático del eufemismo en las redes sociales, concretamente en Twitter, a través de la compilación y el análisis de un corpus de interacciones. Para alcanzar este objetivo general, planteamos los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar la incidencia de los eufemismos en las redes sociales.
2. Establecer las diferencias sociolingüísticas respecto al uso de los eufemismos en las redes sociales.
3. Comparar los resultados de nuestro análisis con las caracterizaciones del eufemismo que se presenta en la bibliografía que ha estudiado el eufemismo en otros contextos de uso.
4. Caracterizar los eufemismos de las redes en función de su composición, temática e intención y comparar los resultados con la información presentada la bibliografía.
5. Determinar si existen eufemismos exclusivos del lenguaje de las redes que no suelen usarse en los espacios más convencionales (oral y escrito).

Para alcanzar estos objetivos habrá que considerar los estudios más representativos de los eufemismos y de todas aquellas disciplinas que consideremos de interés para un enfoque sociopragmático, todo ello con la finalidad de proponer una clasificación que nos lleve a cumplir con los objetivos mencionados.

3. METODOLOGÍA Y FUENTES

Con el fin de proporcionar una clasificación que nos ayude a organizar los objetivos y a clasificar los datos extraídos de un corpus de datos procedente de las redes sociales, nuestro trabajo se ha dividido en dos partes:

1. Una **parte teórica** en la que se ha revisado la bibliografía referida al fenómeno eufemístico y a las disciplinas que expliquen los eufemismos, con la finalidad de proponer una clasificación de estos para aplicarla a nuestro corpus de datos.
2. Una **parte empírica** en la que se ha compilado y analizado un corpus de datos procedente de Twitter. De este corpus se han extraído los eufemismos que posteriormente hemos clasificado utilizando los criterios extraídos de la revisión bibliográfica realizada en la primera parte del trabajo.

La metodología empleada puede resumirse como sigue:

1. Revisión de la bibliografía sobre la sociopragmática, en especial sobre el tabú lingüístico y la teoría de la cortesía; el eufemismo; la comunicación no verbal, especialmente la paralingüística y la kinésica; el ciberlenguaje; y las variaciones sociolingüísticas.

Cabe destacar que hay otras teorías pragmáticas que también nos pueden servir para definir los eufemismos, como la teoría de la relevancia y la teoría de los actos de habla. No obstante, en este trabajo solo se presentarán dos teorías sociopragmáticas: la *teoría de la cortesía* y el *tabú lingüístico*, ya que consideramos que proporcionan las herramientas teóricas necesarias y suficientes para el análisis del fenómeno eufemístico y se ajustan a los objetivos que nos planteamos en este trabajo.

2. Propuesta de clasificación del eufemismo, adaptada a nuestro corpus a partir de las propuestas de distintos investigadores. Esta clasificación está basada en cuatro criterios principales: caracterización por composición (de qué manera se crean esos eufemismos según parámetros lingüísticos y paralingüísticos), caracterización por intención del

emisor (para atenuar, persuadir o hacer humor), caracterización temática (muerte, sexual, social...) y caracterización sociolingüística (diatópica, generolectal, genolectal y sociolectal).

3. Compilación de un corpus de datos propio formado a partir de las interacciones de 72 personajes públicos llevadas a cabo durante el mes de enero de 2021.

La red social seleccionada para la recopilación del corpus es Twitter, considerada como la red social de los debates y de las opiniones (Bustos & Capilla 2013: 503), donde las interacciones entre los usuarios son más frecuentes que en otras plataformas. Uno de los motivos que nos ha llevado a elegir esta plataforma es el hecho de poder disponer tanto de los tuits como de las respuestas de los usuarios, es decir, cuando entramos en el perfil de un usuario, uno de los apartados que aparecen en pantalla se denomina “Tweets y respuestas”, y allí podemos encontrar todas las interacciones realizadas por el usuario. Esta es una característica propia de esta red que no encontramos en Facebook ni en Instagram, donde únicamente podemos tener constancia de las publicaciones, pero no de los comentarios que haya realizado ese usuario. Otro motivo que nos ha hecho preferir Twitter frente a otras redes es su limitación de caracteres, actualmente de 280. Estas características nos permiten tener interacciones equilibradas en extensión y, por tanto, comparables.

El corpus compilado se compone de 10712 tuits de 72 personajes públicos, cuyas variables sociales conocemos de antemano, y publicadas durante el mes de enero de 2021. Para la selección de los informantes, hemos tenido en cuenta las variables diatópica, generolectal y genolectal, intentando tener grupos proporcionados para las distintas variables:

- Respecto a la variable diatópica, la mitad de los informantes son de España y la otra mitad de Hispanoamérica.
- Respecto a la variable generolectal, la mitad de los usuarios son mujeres y la otra mitad son hombres.
- Respecto a la variable genolectal, un tercio de los usuarios pertenece a la franja de edad comprendida entre los 15-29 años, otro tercio a la de 30-59 años, y un tercero a la de 60 años en adelante.

De este corpus de datos hemos extraído un total de 295 eufemismos.

4. Análisis los datos. Se han catalogado según las clasificaciones propuestas en el marco teórico y los resultados se han representado mediante gráficos. Para ello hemos realizado una clasificación manual de eufemismos mediante una tabla en formato Excel, la cual se encuentra disponible en el archivo de los anexos.

5. Extracción de conclusiones comparando los resultados obtenidos de nuestro análisis con los presentados en la bibliografía sobre el tema.

4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO

El trabajo está estructurado en cuatro partes más bibliografía y anexos.

- **Parte I: INTRODUCCIÓN.** Esta primera parte del trabajo se estructura en cuatro capítulos que presentan la motivación y justificación del análisis realizado, los objetivos propuestos, la metodología y la estructura del trabajo.
- **Parte II: MARCO TEÓRICO.** Esta parte revisa de manera breve, por limitaciones de espacio, las teorías y disciplinas que guían nuestro análisis. Se estructura en cuatro capítulos:
 - **Capítulo 5.** Este capítulo presenta de manera breve las principales ideas sobre la **sociopragmática**, incidiendo de manera especial en las cuestiones relacionadas con el tabú lingüístico y la teoría de la cortesía.
 - **Capítulo 6.** Este apartado se centre en el **eufemismo**. Lo definimos y presentamos las distintas clasificaciones propuestas atendiendo a diferentes criterios lingüísticos, temáticos y de intención.
 - **Capítulo 7.** En este capítulo nos ocupamos de la **comunicación no verbal**, prestando especial atención a las cuestiones relacionadas con la paralingüística y la kinésica.
 - **Capítulo 8.** En esta última parte del marco teórico repasamos las principales características del **ciberlenguaje**. Incidimos en las características que definen este tipo de lenguaje y que lo diferencian de otros y dedicamos un apartado a la presencia y manifestación de la comunicación no verbal en este tipo de interacciones.
- **Parte III: EUFEMISMOS EN LAS REDES.** En esta parte del trabajo se presenta el análisis del corpus recopilado. Se divide en cuatro capítulos:
 - **Capítulo 9: CARACTERIZACIÓN POR COMPOSICIÓN.** En este apartado, clasificamos los eufemismos de nuestro corpus en función de su composición. Se hace referencia a los tipos de composiciones lingüísticas y paralingüísticas más recurrentes.

- **Capítulo 10: CARACTERIZACIÓN POR INTENCIÓN.** En este apartado, el análisis se realiza teniendo en cuenta la intención de los eufemismos. Se analiza detalladamente este criterio y se llega a una estimación sobre la intención más frecuente del eufemismo en el lenguaje usado en Twitter.
- **Capítulo 11: CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA.** En este apartado, el criterio utilizado es el temático. Se establecen una serie de temáticas, a partir de la bibliografía y considerando las características de nuestro corpus, y se evalúan los resultados teniendo en cuenta el criterio temático.
- **Capítulo 12: CARACTERIZACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA.** En este apartado final, nos centramos en la caracterización sociolingüística de los eufemismos. Considerando las variables diatópica, generolectal, genolectal y sociolectal determinamos las diferencias que se aprecian en nuestro corpus y comparamos nuestros resultados con la bibliografía.
- **Parte IV CONCLUSIONES.** La parte final de nuestro trabajo recoge las principales conclusiones que pueden extraerse de nuestro trabajo y propone nuevas vías de trabajo.
- **BIBLIOGRAFÍA.** Se recoge en esta parte del trabajo las referencias bibliográficas utilizadas.
- **ANEXOS.** Los anexos, que se presentan en un volumen separado por su extensión, incluyen las tablas empleadas para realizar el análisis y el corpus con los tuits de los informantes.

II. MARCO TEÓRICO

5. SOCIOPRAGMÀTICA

En este primer apartado introduciremos el concepto de *sociopragmática*, que nos interesa especialmente para dar cuenta de los motivos por los cuales se utilizan los eufemismos, y ello lo pueden definir estudios pertenecientes a esta disciplina, entre ellos, el tabú lingüístico y la teoría de la cortesía, los cuales consideramos que mantienen una relación directa con la aparición de los eufemismos.

Antes de definir la sociopragmática, queremos proponer una definición de la pragmática. La pragmática es una disciplina que estudia los principios que regulan el uso del lenguaje en un entorno comunicativo, y estos principios determinan “el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concretas [...] (y) su interpretación por parte del destinatario” (Escandell Vidal 1993: 13-14). Estos principios toman en consideración factores de índole extralingüística, y algunos de ellos serían el *emisor*, el *destinatario*, la *intención comunicativa*, el *contexto verbal* y la *situación o el conocimiento del mundo*, y se caracterizan por no aparecer o no ser tenidos en cuenta en estudios puramente gramaticales (Escandell Vidal 1993: 14). Con esto, podríamos resumir la pragmática como una disciplina que da cuenta de aspectos que claramente repercuten en la formulación e interpretación de enunciados que escapan de la gramática (Escandell Vidal 1993: 23).

Según una clasificación que propone Leech (1983), que encontramos en la traducción de Rodríguez Luna (1997: 64), la pragmática se divide en dos componentes: la pragmalingüística, relacionada con la gramática, y la sociopragmática, relacionada con la sociología.

La sociopragmática es una disciplina que se encarga del estudio de la influencia de los contextos socioculturales en la lengua, es decir, se interesa por el estudio de la lengua teniendo en consideración el contexto social de esa intervención (Suárez Rodríguez 2007: 108). Se trata, pues, de una disciplina que, como bien indica su nombre, deriva de la pragmática, pero se diferencia de ella en el hecho de que únicamente da cuenta de aquellos aspectos sociales que repercuten en esta, es decir, es más específica, mientras que la pragmática sería más abstracta y general (Rodríguez Luna 1997: 64). Por ejemplo, saber qué tipo de expresiones de saludo se

pueden utilizar correspondería a un nivel pragmático, mientras que el saber cuándo y con quién usarlas, a uno sociopragmático (Bravo 2010: 55).

5.1. Tabú lingüístico

Las disciplinas que se han encargado del estudio del tabú han sido, principalmente, la antropología, la etnografía y la psicolingüística (López Morales 2005: 7), aunque también han contribuido la semántica, la dialectología, la pragmática y, específicamente, la sociopragmática. Podríamos decir que el tabú va ligado ciertos temas con una gran connotación social negativa que producen miedo o sensaciones desagradables (Crespo Fernández 2005: 14), tales como la mención de las partes privadas del cuerpo, de las funciones corporales, del sexo, de la ira, de la deshonestidad, de la embriaguez, de la locura, de las enfermedades, de la muerte, de los animales peligrosos, del miedo, de Dios... (Burridge 2012: 67), puesto que ello acarrearía represalias sociales, siendo estas incluso más temidas que el hecho de mencionar la palabra tabú (Montero Cartelle 1981: 21).

Lo que nos hace pensar que una palabra es tabú y que, por lo tanto, debe ser sustituida o evitada, es un proceso psicológico y social denominado *interdicción*, que es el que da lugar a la búsqueda de alternativas para huir del tabú y, con ello, de evadir el miedo y la presión social (Crespo Fernández 2005: 20). Una de esas alternativas sería el empleo de los eufemismos, los cuales se encargan de sustituir una palabra tabú por otra menos controvertida.

El tabú lingüístico es un concepto indispensable que va ligado al eufemismo: sin el tabú no se podrían formar los eufemismos, puesto que estos son una respuesta del primero (Burridge 2012: 67), ya que, para el ser humano, resulta inevitable hacer referencia al tabú (Cestero Mancera 2015: 74). En otras palabras, los eufemismos surgen como una respuesta para superar la censura social (interdicción) que supone mencionar algo prohibido.

Podríamos resumir el proceso de creación de los eufemismos de la siguiente manera:

TABÚ → INTERDICCIÓN → EUFEMISMO

5.2. Teoría de la cortesía

La cortesía se caracteriza por poseer una doble vertiente interpretativa y de uso. En la primera, intrínsecamente social, se concibe como un conjunto de reglas establecidas por una sociedad para evitar situaciones violentas y de incomodidad. La segunda, relacionada y derivada de esta primera, hace referencia al empleo de estas reglas corteses como estrategias conversacionales para evitar conflictos entre los interlocutores cuando sus intereses no coincidan o como un mecanismo utilizado con el fin de cumplir con los objetivos y las intenciones del emisor (Escandell Vidal 1995: 39). Del mismo modo que los eufemismos, las fórmulas corteses se podrían definir como procedimientos alternativos a otros que en ciertos contextos sonarían descorteses y desagradables, pero cuyo contenido sigue siendo el mismo: no se modifica el contenido, sino la forma (Haverkate 1994: 15).

La cortesía entendida como estrategia conversacional es la que interesa a la pragmática. Investigadores como R. Lakoff (1973), G. Leech (1983), P. Brown y S. Levinson ([1978] 1987) y B. Fraser (1980) han analizado la cortesía desde un punto de vista pragmático.

De los modelos anteriores, el que más nos interesa para este trabajo es el de Brown y Levinson ([1978] 1987), considerado como el más elaborado y estructurado (Escandell Vidal 1995: 147-148). Uno de los conceptos que introdujeron y que más desarrollaron, siendo este, además, la noción central de su teoría, fue el de imagen o *face* (Escandell Vidal 1995: 148). Atendiendo a este concepto, podríamos decir que cada ser social tiene dos imágenes, una positiva: “the desire (in some aspects) to be approved of” (Brown & Levinson 1987: 13), y otra negativa: “the desire to be unimpeded in one’s actions” (Brown & Levinson 1987: 13).

Lo que le interesa al usuario es proteger su imagen y la del resto de *acciones que amenazan la imagen pública*, y para ello debe tener en cuenta tres factores (Escandell Vidal 1995: 151):

- el *poder relativo* del destinatario con respecto al emisor;
- la *distancia social*, es decir, el grado de familiaridad de los interlocutores; y
- el *grado de imposición* de un acto con respecto a la imagen pública.

Para evitar esas *acciones que amenazan la imagen pública*, el usuario recurre a diversas alternativas, entre ellas la atenuación, la cual se encarga de “hacer disminuir la intensidad de lo expresado y reducir, lo que se calcula por los hablantes como amenazante [...], (y) se dirige a

reducir el compromiso epistémico hacia lo dicho y a rebajar el grado de fuerza ilocutiva del acto de habla” (Cestero Mancera, Albelda, Guerrero & Samper 2020: 3). Dentro de estos procesos, en los que encontramos el tratamiento de *usted*, el uso de fórmulas interrogativas... estaría el empleo de los eufemismos.

El concepto de *face* está intrínsecamente ligado a la definición de eufemismo: “[an] euphemism is used as an alternative to a dispreferred expression, in order to avoid possible loss of face either one’s own face or, through giving offense, that of the audience, or of some third party” (Allan & Burridge 1991: 11). Se podría decir que, para salvaguardar la imagen positiva, uno de los mecanismos a disposición es el empleo de eufemismos.

Tanto la cortesía como los eufemismos se influyen entre sí, puesto que la cortesía determina el uso de los eufemismos, y estos últimos garantizan una interacción cortés y, con ello, una buena comunicación (Armenta Moreno 2009: 243).

6. EUFEMISMO

El término *eufemismo* procede de la palabra griega *euphemia*, que se traduce como “buen hablar”. Este “buen hablar” no hace referencia al sentido de hablar, en términos gramaticales, correctamente, sino al hecho de emplear un lenguaje sensiblemente adecuado a las normas sociales, a la situación y al contexto en la que se lleva a cabo. Como pone de manifiesto Sánchez García (2018: 2), “no cabe duda de que el fenómeno eufemístico hunde sus raíces en lo social, así que hay que entenderlo como un acto de habla, que solo se explica y cobra absoluto sentido en un contexto determinado”. Se trata de una estrategia conversacional que se da en el nivel del habla y que, por lo tanto, se pone de manifiesto en discursos concretos y en situaciones comunicativas específicas (Martín Fernández 1994: 337). A partir de lo dicho podemos concluir que las razones que explican el origen y la existencia de los eufemismos son de tipo social y/o contextual, es decir, se trata de aspectos extralingüísticos.

La relatividad de los eufemismos es un factor que los caracteriza, cuya importancia ha sido puesta de manifiesto por diversos estudiosos: “otro de los factores que caracterizan la interdicción lingüística es su inestabilidad, su escasa fijeza. En efecto: por ser un fenómeno de origen social, el eufemismo varía de una sociedad a otra, e incluso, dentro de una misma, ofrece gran diversidad” (Senabre 1971: 176). Esta relatividad histórica y social del eufemismo, hace que “el sustituto eufemístico se muestra como esencialmente inestable, originando un continuo ajuste y desajuste de los significados del sistema léxico” (Casas Gómez 1986: 64).

Además, surge una problemática relacionada con lo anterior: la asimilación de eufemismos como sinónimos absolutos de los términos que originalmente sustituían, dando lugar a la necesidad de buscar nuevos eufemismos, tal y como pone de manifiesto Pinker (1994): “People invent new “polite” words to refer to emotionally laden or distasteful things, but the euphemism becomes tainted by association and the new one that must be found acquires its own negative connotations”. Por otra parte, el efecto eufemístico es efímero y momentáneo: si el concepto, convertido en tabú por la sociedad, es muy frecuente, este acabará por dejar “sin efecto” el refuerzo atenuador de los eufemismos, lo que provocará ese continuo ajuste y desajuste de los significados que mencionaba Casas Gómez (1986) y al que se refiere Pinker

(1994): "The euphemism treadmill shows that concepts, not words, are in charge: give a concept a new name, and the name becomes colored by the concept ; the concept does not become freshened by the name".

6.1. Definición

El eufemismo es un fenómeno que ha sido estudiado por diversas disciplinas, por ello es difícil presentar una definición única aceptada por los distintos ámbitos de estudio. Disciplinas como la lexicología, la semántica, la estilística, la historia literaria, la psicología, la etnología, la sociología, la antropología, la ética moral, el folklore, la estética, la pragmática, la sociolingüística, la paralingüística, la fonética, la fonología, la morfología y la sintaxis, se han ocupado de este fenómeno (Montero Cartelle 1979; Casas Gómez 1986). Esta naturaleza multidisciplinar y compleja convierte en una tarea complicada el establecer una única definición que incluya todas las particularidades y que sea aplicable en cualquier disciplina.

Casas Gómez (1986) ya avanzaba una de las problemáticas que se encuentran a la hora de decidirse por una definición: la gran heterogeneidad en las definiciones propuestas. Casas Gómez (1986) distingue dos tipos de definiciones: las *extralingüísticas*, que describen y definen los eufemismos según sus causas extralingüísticas; y las *lingüísticas*, que los definen estrictamente según sus procedimientos lingüísticos. Las primeras son las que suelen abundar, y son las que se encuentran, aunque muy breves y generales, en los diccionarios principales. Respecto a las segundas, suelen ser más escasas, y solamente algunos estudiosos, como Ricardo Senabre (1971), Emilio Montero Cartelle (1979; 1981) o el mismo Casas Gómez (1986), han propuesto definiciones de este tipo.

En general, en los estudios tradicionales sobre eufemismos y sobre interdicción primaba el análisis extralingüístico, sin embargo, como pone de manifiesto Sánchez García (2018: 2), en las últimas décadas se han realizado estudios más centrados en los aspectos lingüísticos, sobre todo en lo que respecta a sus características pragmáticas y comunicativas.

Respecto a las definiciones extralingüísticas, Casas Gómez (1986: 33) hace referencia a la ofrecida por H. Hatzfeld (1928): "el eufemismo consiste en la sustitución de una palabra no grata por otra agradable (*angenehmen*) cuando aquélla se evita por temor religioso, por timidez moral (*sittlicher Scheu*) o por delicadeza". Como puede observarse, esta definición se limita a

mencionar los motivos psicológicos y sociales que conllevan a un usuario a emplear los eufemismos.

Una definición completa, que parte con la intención de ser amplia y de hacer referencia tanto las características lingüísticas —sobre todo— como a las características extralingüísticas del eufemismo, es la que presenta Casas Gómez (2009), considerada como una de las más acertadas actualmente:

proponemos [...] definir el *eufemismo* o el *disfemismo* como el proceso cognitivo de conceptualización de una realidad interdicta que, manifestado discursivamente a través de la actualización de un conjunto de mecanismos lingüísticos de sustitución léxica, alteración fonética, modificación, composición o inversión morfológica, agrupación o combinatoria sintagmática, modulación verbal o paralingüística o descripción textual, permite al hablante, en un cierto “contexto” y en una concreta situación pragmática atenuar o, por el contrario, reforzar comunicativamente un determinado concepto o realidad interdicta (Casas Gómez 2009: 26).

El concepto de eufemismo como proceso cognitivo es bastante reciente y fue notado y desarrollado especialmente por Chamizo Domínguez (2004), quien estableció diferencias entre la metáfora y el eufemismo, asegurando sobre este último que: “el que una palabra [...] dada sea sentida por los hablantes como un eufemismo o como un disfemismo no depende de la palabra en sí, sino del contexto, del uso que se haya hecho de dicha palabra o de las intenciones del hablante” (Chamizo Domínguez 2004: 45). La información contextual, por tanto, es la que le indicará al usuario que ese término/manifestación está funcionando como un eufemismo.

Si tuviéramos que resumir la evolución en los estudios de los eufemismos podríamos decir que se parte de un planteamiento mayoritariamente extralingüístico, se pasa por un enfoque monopolizado por la semántica, y se llega a la situación actual en la que predominan los enfoques pragmáticos y de las ciencias cognitivas.

6.2. Clasificaciones

La heterogeneidad en las propuestas de definición de los eufemismos repercute en su clasificación, dando lugar a una doble vertiente de tipología clasificatoria: la extralingüística y la lingüística (Casas Gómez 1986: 49). En este apartado se han clasificado los eufemismos según tres criterios propios: por su intención —esencialmente pragmática—, su temática —vertiente extralingüística— y su composición —vertiente lingüística y gráfica—.

6.2.1. Clasificación por intención

Esta clasificación tiene en cuenta el objetivo principal por el que una sociedad, o un individuo concreto, se decanta por el empleo de un eufemismo, sea por motivos psicológicos, o por otra fuerza.

Se distinguen tres tipos de eufemismos según su intención. Estos tres tipos están relacionados con la voluntad de facilitar la comunicación, complicarla, o por no repercutir en ella.

1. **EUFEMISMO COMO MECANISMO DE ATENUACIÓN.** Se trata de la categoría más frecuente y ortodoxa. Describe el eufemismo como mecanismo de atenuación para evitar situaciones conflictivas y como estrategia conversacional. En este caso, se trata de emplear el eufemismo para evitar u ocultar el tabú. Es el tipo de eufemismo más empleado, cuya función, además de evitar conflictos sociales, es la de facilitar la comunicación, la cual se consigue precisamente evitando esos conflictos.
2. **EUFEMISMO COMO MECANISMO DE PERSUASIÓN.** En este caso, el eufemismo con la intención de, a través de un lenguaje recargado eufemísticamente, manipular a los oyentes para conseguir beneficios. Se trata de un recurso que atenta contra la confianza del receptor, quien espera que el emisor sea sincero con él. Este tipo de recursos eufemísticos son empleados en contextos concretos, y su objetivo es el de complicar el lenguaje, otorgándole un sentido positivo o neutro para erradicar su sentido negativo, con el fin de no alarmar al público y manipularlo.
3. **EUFEMISMO COMO RECURSO HUMORÍSTICO.** El hecho de usar un eufemismo en un contexto en el que no es necesario —como lo son el familiar y coloquial— es lo que provoca el humor: “el efecto humorístico [...] lo puede alcanzar en los contextos en que no es esperable” (Del Teso Martín 1988: 201). Se trata, pues, de complicar el lenguaje mediante el empleo excesivo e innecesario de eufemismos, pero sin ninguna intención de complicar la comunicación —puesto que los oyentes o lectores son capaces de comprender los eufemismos—, y tampoco existe una intención de manipular al oyente.

6.2.2. Clasificación temática

Este tipo de clasificación corresponde a la vertiente extralingüística de los eufemismos. Varios autores han propuesto diversas clasificaciones temáticas, atendiendo a motivos sociales y psicológicos que definen una sociedad en específico, puesto que, si bien hay tabúes universales compartidos, los hay también que son particulares de cada sociedad.

Para los hablantes de español, específicamente de España, se encontraría la clasificación propuesta por Montero Cartelle (1981: 30), que establece cuatro bloques principales:

1. **INTERDICCIÓN MÁGICO-RELIGIOSA.** Se refiere a los seres sobrenaturales (Dios, santos, demonios, espíritus...), la muerte y sus conceptos afines (suicidio, cementerio, agonizar, enterrar...), temas surgidos de la superstición (la izquierda, algunos animales...), y las enfermedades.
2. **INTERDICCIÓN SEXUAL.** Hace referencia a los órganos sexuales, la actividad sexual, los estados fisiológicos de la mujer (menstruación, parto, aborto, desfloración...), los amores ilícitos, la prostitución y las enfermedades por transmisión sexual.
3. **INTERDICCIÓN ESCATOLÓGICA.** Se refiere a algunas partes del cuerpo (nalgas), y a las necesidades fisiológicas (orinar, defecar, tener diarrea, estar estreñido...).
4. **INTERDICCIÓN SOCIAL.** Hace referencia al estado financiero, las ocupaciones laborales, las relaciones familiares, los defectos físicos y psicológicos, y el aspecto físico y la edad.

Roldán Pérez (2003: 95) ofrece una clasificación organizada en cinco ámbitos:

1. **ÁMBITO HUMANITARIO.** Se refiere a los defectos físicos y psicológicos.
2. **ÁMBITO DEL TERRORISMO.** Hace referencia al propio terrorismo y a las consecuencias surgidas del mismo.
3. **ÁMBITO DE LA ADMINISTRACIÓN.** Se refiere a asuntos financieros, como el estado financiero de alguien y las ocupaciones laborales.
4. **ÁMBITO DE LA MEDICINA.** Hace referencia a las enfermedades.
5. **ÁMBITO DE LAS RELACIONES FAMILIARES.** Como bien indica su nombre, se refiere a los tabúes derivados de las relaciones familiares.

Las tipologías presentadas son solo un ejemplo de las múltiples clasificaciones temáticas sobre los eufemismos que pueden encontrarse. Cada estudioso establece aquellas categorías que mejor se adaptan al corpus de datos que quiere caracterizar. Roldán Pérez (2003: 95) admite

que “hacer una clasificación de los eufemismos es tarea ardua —por su enorme poder cambiante, y sobre todo porque como fenómeno individual escapa a los esquemas predeterminados institucionalizados”.

En nuestro análisis, aunque tendremos en cuenta las clasificaciones que se encuentran en la bibliografía sobre los eufemismos, estableceremos nuestra propia clasificación temática en función de lo que se observe en la fase de análisis de nuestro corpus de datos.

6.2.3. Clasificación por composición

La clasificación de los eufemismos atendiendo a su composición se incluye dentro de las tipologías clasificatorias lingüísticas, salvo por el nivel visual, de índole gráfica. En este apartado presentaremos la clasificación de Gómez Casas (1986: 97-246), adaptada y completada con algunas contribuciones de Senabre (1971), Burrige (2005) y Armenta Moreno (2009).

Gómez Casas (1986: 109) establece una división en dos bloques al que añade un tercer nivel e indica que “un mismo sustituto léxico puede ocupar distintas posiciones en esta sistematización [...] del mismo plano [...] o bien de planos diferentes” (Gómez Casas, 1986: 110)

1. Bloque formal: nivel fónico, nivel morfológico y nivel sintáctico;
2. Bloque de significado: nivel léxico y nivel semántico;
3. Nivel paralingüístico

1. BLOQUE FORMAL

1.1. Nivel fonético. Se distinguen varios mecanismos fonéticos para la creación de eufemismos:

- **Modificación:** modificación de fonemas y, por ende, de sonidos, del término primitivo, dando lugar a otro nuevo. Equivale a lo que Senabre (1971: 186) denomina *eufemismo no denotativo*: “deformaciones de la palabra que, sin embargo, mantiene su lexema o parte de él”. Un ejemplo de este eufemismo sería *diantre* en lugar de *diablo*.

- **Reducció:** proceso por el cual se suprimen fonemas o sílabas, sean iniciales (aféresis): *stia* por *hostia*; mediales (síncopa): *joer* por *joder*, o finales (apócope): *pu* por *puta*.
- **Sustitución paronímica:** consiste en tomar una palabra existente y emplearla como eufemismo de otra debido a su proximidad sonora, otorgándole así un nuevo significado que se distinguirá por el contexto. Un ejemplo de este tipo de eufemismo sería *ostras* en lugar de *hostias*.

1.2. Nivel morfológico. Se distinguen varios mecanismos morfológicos para la creación de eufemismos:

- **Derivación:** adición de sufijos o prefijos a una base léxica, mayoritariamente sufijos diminutivos, para la creación de una palabra derivada con menos carga negativa: *gordito* en lugar de *gordo*.
- **Composición:** fusión de dos palabras: *sintecho* en lugar de *vagabundo*.
- **Flexión nominal de género:** cambio del género de una palabra para suprimir su connotación negativa: *caraja* en lugar de *carajo*.

1.3. Nivel sintáctico. Se distinguen los siguientes mecanismos sintácticos para la creación de eufemismos:

- **Omisión y elipsis:** supresión del término malsonante, aunque el receptor puede recuperarlo por el contexto y la entonación: *en la Celestina aparecen muchas (putas)*.
- **Fórmulas eufemísticas:** uso de fórmulas corteses, antepuestas o pospuestas para rebajar la crudeza: *con perdón, perdone la expresión...*
- **Agrupación sintagmática:** conjunto de palabras que, unidas, funcionan como eufemismo: *amiga de turno* como equivalente de *amante*.

2. BLOQUE DE SIGNIFICADO

2.1. Nivel léxico. Se distinguen los siguientes mecanismos léxicos para la creación de eufemismos:

- **Préstamos extranjeros:** uso de palabras de origen extranjero, para transmitir finura: *damisela*; o como recurso eufemístico como tal: *geisha* (japonés) en lugar de *puta*.

- **Calcos semánticos:** consiste en traducir exactamente el significado de palabras o expresiones populares en otras lenguas: *chica telefónica (call girl)* por *puta*.
- **Cultismos:** se basa en emplear cultismos para sustituir un término brusco: *ninfa* en lugar de *ramera*.
- **Arcaísmos:** proceso por el que se emplea una palabra antigua para sustituir otra, malsonante: *meretriz* en lugar de *puta*.
- **Tecnicismos:** se basa en emplear una palabra técnica para sustituir otra, más brusca: *gestación subrogada* por *vientre de alquiler*.
- **Jerga y argot:** consiste en la creación de un habla o dialecto social cuyos términos léxicos están dotados de significados ocultos, que únicamente pueden comprender los miembros del grupo que los emplea: *goma* por *cannabis*.
- **Particularismos geográficos:** hace referencia al hecho de que cada dialecto posee eufemismos propios y únicamente aplicables en ese registro.
- **Designaciones expresivas:** uso de términos con un matiz diminutivo y aliterado como eufemismos: *putiflística* por *puta*.

2.2. Nivel semántico. Se distinguen los siguientes mecanismos semánticos para la creación de eufemismos:

- **Metonimia y sinécdoque:** sustitución de un término por otro a partir de la asociación de contigüidad de sus realidades: *ponerse verde* en lugar de *sentir asco*.
- **Metáfora:** sustitución analógica de términos basada en aspectos externos o funcionales mediante una comparación implícita: *pasar al otro barrio* como sustituto de *morirse*.
- **Antífrasis:** procedimiento semántico en el que se establece una identificación de contrarios íntimamente ligada a la ironía: *mujer honrada* en lugar de *puta*.
- **Perífrasis:** locuciones que describen semánticamente y de manera explícita el término que se quiere sustituir: *de mala vida* como sustituto de *deshonroso*.
- **Términos genéricos:** sustitución de términos malsonantes por palabras vacías de contenido que poseen sentido contextual: *una era un poco así y la otra se estaba convirtiendo en así también* en lugar de *una era un poco puta y la otra se estaba convirtiendo en puta también*.

3. NIVEL PARALINGÜÍSTICO. En este nivel destaca la función de entonación y de la actividad gestual como recursos eufemísticos en solitario o acompañando a un mensaje verbal, como recursos suavizadores o reforzadores. Nos ocuparemos de este nivel en el capítulo 8 de este trabajo.

4. NIVEL GRÁFICO. En este nivel hacemos referencia a la creación de eufemismos a partir de imágenes, sobre todo en ámbitos audiovisuales, cuya eficacia resulta sorprendente, puesto que lo visual transmite menos carga tabú que un mensaje escrito (Burridge 2005: 117). Se trata de un nivel que no puede emitirse en el lenguaje oral ni tampoco en el escrito debido a su naturaleza gráfica. Solamente la podríamos apreciar en entornos visuales y audiovisuales (publicidad, películas, series...), y en el lenguaje de las redes.

Para este trabajo nos resulta de especial interés este tipo de eufemismos, puesto que los podemos apreciar en algunos emoticonos, cuya dimensión cada vez es más amplia y ya no abarca únicamente expresiones faciales, sino también gestos corporales, objetos conocidos, lugares, situaciones climatológicas y animales (Udenze 2020: 28).

La disciplina que mejor puede definir este nivel sería la semiótica visual, especialmente las aportaciones de Roland Barthes (1977 [1964]), en las que demuestra que el significado de una imagen cuenta con dos niveles: uno denotativo y otro connotativo. El primero corresponde al significado literal de esa imagen, mientras que el segundo atañe al significado simbólico que transmite esa imagen, el cual se puede inferir mediante asociaciones. Por ejemplo, una imagen de un melocotón evoca, de manera denotativa, esa fruta, mientras que, connotativamente, rememora una idea tabú: un trasero. Esta relación se establece a partir de las similitudes físicas entre ambos elementos (melocotón-trasero).

Al igual que los eufemismos léxicos, este recurso también es bastante relativo. La connotación de este tipo de imágenes varía en función del contexto, de la sociedad, de la situación histórica y otros factores contextuales (Aiello 2020: 370).

7. COMUNICACIÓN NO VERBAL

Según Cestero Mancera (2018a: 143), el lenguaje no verbal sirve para “facilitar el entendimiento del mensaje, captar la atención y, especialmente, expresar emociones, motivaciones y actitudes”. Blanco (2007: 86) estima que en la comunicación oral el impacto del lenguaje corporal es de un 55%, el del paralenguaje un 38%, y el del lenguaje verbal un 7%.

En la comunicación no verbal podemos hablar de **paralingüística** y **kinésica**. La primera se encarga de aquellas cualidades fónicas que dentro de la comunicación aportan información o bien matizan el mensaje verbal en el caso de que haya (Blanco 2007: 90). La segunda se ocupa de los gestos, maneras y posturas que también aportan o matizan información comunicativa (Cestero Mancera 2018b: 74; Poyatos 2003: 77).

Knapp (1982: 24-25) incluye dentro del paralenguaje:

1. *Cualidades de la voz*: registro de la voz, control de la altura, *tempo*, control de la articulación, resonancia, control de la glotis y control labial de la voz.
2. *Vocalizaciones*:
 1. *Caracterizadores vocales*: risa, llanto, suspiro, bostezo, estornudo, ronquido, etc.
 2. *Cualificadores vocales*: intensidad de la voz (de muy fuerte a muy suave), altura (de muy aguda a muy grave) y extensión (desde arrastrar las palabras hasta hablar extremadamente cortado).
 3. *Segregaciones vocales*: por ejemplo, "hum", "m-hmm", "ah", "uh"...
3. Otros: pausas (fuera de las articulaciones), sonidos intrusos, errores al hablar y estados de latencia.

En otra aportación, Poyatos (2003: 75-76), clasifica el paralenguaje según cuatro categorías:

1. *Cualidades primarias*: timbre, resonancia y ritmo de la voz.
2. *Calificadores*: laríngeo o faríngeo (voz áspera, susurrante...); labial (redondeamiento francés); mandibular (mascullar); objetual (con una pipa en la boca).

3. *Diferenciadores*: serían reacciones fisiológicas y psicológicas como la risa, el llanto, los gritos, los suspiros, las toses y los carraspeos, los estornudos y los bostezos...
4. *Alternantes*: aparecen integrados entre las palabras, tales como chasquidos linguales, aspiraciones y espiraciones, siseos, chisteos, bisbiseos, fricciones faríngeas o nasales, gemidos, gruñidos, resoplidos, ronquidos, soplos, sorbos, jadeos, sonidos dubitativos...

Cestero Mancera (2018b: 75) distingue los siguientes tipos de kinésica:

1. *Kinésica facial*: sonrisa, mirada, marcadores asemánticos (elevación de ceja, parpadeo y elevación de las comisuras de la boca) y marcadores semánticos (parpadeo, arrugamiento de la nariz y sacada de lengua).
2. *Kinésica corporal*:
 1. gestos con la cabeza: marcadores asemánticos (cabezadas, rotación de cabeza/cuello y estiramientos), marcadores semánticos (cabezadas y estiramientos) y gestos con la cabeza independientes (cabezadas y rotación de cabeza/cuello).
 2. gestos manuales: marcadores asemánticos (manotada, giro, frotamiento y balanceo), marcadores semánticos (manotada, giro, levantamiento y enlazamiento) y gestos manuales independientes (manotada, giro y frotamiento).
 3. otros gestos corporales: indicadores semánticos (balanceo de mano) y contacto físico con personas o con objetos.

Respecto a su relación con los eufemismos, Casas Gómez (1986: 112-113) señala que los medios paralingüísticos y kinésicos resultan esenciales en el “desenmascaramiento de la actitud o intencionalidad del hablante al emitir un determinado vocablo, pues éstos pueden mitigarlo o, inversamente, reforzarlo” y por lo tanto, “su funcionamiento como tal es doble: puede presentarse junto al término interdicto con el fin de suavizar sus connotaciones negativas o combinarse con otros medios lingüísticos”.

En la clasificación que propone Casas Gómez (1986), los eufemismos paralingüísticos se clasifican según dos tipologías: por entonación y por gestos.

- **EUFEMISMOS PARALINGÜÍSTICOS POR ENTONACIÓN.** En estos casos, el vocablo prohibido no es sustituido, pero se pronuncia con un “tono frío” e impersonal para que adquiera un carácter neutral, y la entonación lingüística aparece acompañada o

reforzada por otros recursos formales y semánticos, como reducciones o sustituciones fonéticas, diminutivos, lítotes, antífrasis, perífrasis, omisiones, circunlocuciones, etc.

- **EUFEMISMOS PARALINGÜÍSTICOS POR GESTOS.** En este tipo de eufemismos, los gestos pueden acompañar al término, reforzando su signo de crudeza, o a los sustitutos atenuadores, compaginándose con otros mecanismos, o bien sustituir el vocablo “prohibido”.

Todo lo mencionado anteriormente corresponde a situaciones dadas en una comunicación oral. En este estudio trabajamos con el ciberlenguaje. En el apartado 8.1. profundizaremos sobre los aspectos kinésicos y paralingüísticos presentes en el lenguaje de las redes.

8. CIBERLENGUAJE

La aparición del Internet, y más en concreto de las redes sociales (Messenger, Tuenti, Twitter, Facebook, Instagram...), ha conllevado la aparición de una nueva manera de comunicar que supone una simbiosis entre lo oral y lo escrito (Pérez Escudero 2019: 7) o, en otras palabras, un punto intermedio entre la oralidad y la escritura (Betancourt Arango 2010: 3) a la que se le puede denominar como lenguaje de las redes, ciberlenguaje o, *netspeak* (Crystal 2005).

Crystal (2005: 89-96) destaca algunas características del ciberlenguaje que lo distinguen del lenguaje oral:

- la carencia de respuestas instantáneas y simultáneas, lo que a veces puede comportar frustración entre los usuarios, ya que pueden pensar que el otro interlocutor les está ignorando;
- los mensajes enviados son completos y unidireccionales, mientras que en el habla oral surgen de manera inmediata y segmentada;
- la carencia de reacciones audiovisuales que son decisivas en una interacción oral;
- la capacidad de seguir más de una conversación a la vez, mientras que en un entorno oral eso sería caótico;
- los turnos de habla pueden aparecer desordenados debido al software y provocar confusión;
- la ausencia de cualidades tonales, las cuales reemplazan con un uso exagerado de la ortografía y la puntuación, y por el uso de mayúsculas, espacios y símbolos especiales;
- y
- la carencia de expresiones faciales, las cuales se suplen con emoticonos;

El mismo autor (2005: 96-100) también aporta algunas características del ciberlenguaje que lo distinguen del lenguaje escrito:

- los textos en el ciberlenguaje pueden ser modificables tras haber sido publicados, mientras que los textos escritos de manera convencional no;
- la existencia de vínculos de hipertexto, que permiten saltar de una página web a otra;

- la falta o “dejadez” de la corrección gramatical debido a la falta de presión, más abundante en la escritura convencional;

Podríamos considerar el ciberlenguaje como un “lenguaje escrito que se ha desplazado un tanto en la dirección del lenguaje hablado” (Crystal 2005: 99) y es que, con el paso de los años y con los avances tecnológicos, son cada vez más las aproximaciones entre el ciberlenguaje y el lenguaje oral, y ello se puede apreciar, por ejemplo, con la constante actualización e introducción de nuevos emoticonos.

8.1. Comunicación no verbal en el ciberlenguaje

El ciberlenguaje, en un inicio, carecía de expresiones faciales, gestos y de otras manifestaciones visuales y auditivas, tanto paralingüísticas como kinésicas, frecuentes e indispensables durante la comunicación oral directa. Esta ausencia fue evidente entre sus consumidores, y como respuesta, sacaron a flote su creatividad con el uso de “palabras compuestas en las que se omiten letras, [...] símbolos especiales, abreviaturas, siglas, acrónimos, combinaciones de letras y números, además de dibujos y pequeñas figuras construidas con el teclado” (Rodríguez González, López Chávez & Padilla de la Torre 2014: 115).

Esa necesidad por asemejar el lenguaje de las redes sociales al lenguaje oral propició la introducción de los *emojis* o emoticonos, que en un inicio eran una mezcla de caracteres tipográficos y que son utilizados con el fin de “evitar las ambigüedades y malentendidos que se producen cuando se obliga al lenguaje escrito a asumir la carga del hablado” (Crystal 2005: 95-96). Lo sorprendente sobre los emojis es que su frecuencia de uso es cada vez mayor, llegando incluso a provocar una caída en la incidencia de textos escritos, como pone de manifiesto Udenze (2020: 40): “the scholars found that there was a gradual decrease in the use of text-based communication, which suggests that emojis are replacing the functions served by text-based contents”.

Respecto a la variabilidad y frecuencia de uso de los emoticonos, Udenze (2020: 44-45) llega a las siguientes conclusiones:

- la red social en la que más se utilizan es WhatsApp;
- el género que más los usa es el femenino,

- y los emojis se emplean sobre todo para aportar énfasis y para agilizar la interacción, puesto que resulta más sencillo y rápido enviar emojis que teclear un mensaje escrito.

Sobre la paralingüística, una de sus manifestaciones más recurrentes en el canal escrito es la del silencio, que se puede expresar mediante puntos suspensivos (...) (Poyatos 1997: 36-37). Otras muestras apreciables serían la manifestación de énfasis, sorpresa y perplejidad mediante varios mecanismos:

Se han hecho intentos casi desesperados por reemplazar el tono de voz en la pantalla por un uso exagerado de la ortografía y la puntuación, y por el uso de mayúsculas, espacios y símbolos especiales para conseguir énfasis. Los ejemplos van desde el uso de repeticiones en el empleo de las letras (aaaaahhhh, pueess) y signos de puntuación (¿Qué??? ¡Hola!!!!) [...] Aunque estos rasgos otorgan cierta expresividad, la gama de significados que simbolizan es pequeña y se ve restringida a emociones básicas como énfasis, sorpresa y perplejidad (Crystal 2005: 94).

III. EUFEMISMOS EN LAS REDES

9. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN POR COMPOSICIÓN

En este primer apartado analizaremos la incidencia de los eufemismos según su composición, es decir, según la manera en que han sido creados, y a qué nivel lingüístico o paralingüístico le concierne. Seguimos en este punto la clasificación por Gómez Casas (1986) presentada en el apartado 6.2.3 de este trabajo:

1. Bloque formal: nivel fónico, nivel morfológico y nivel sintáctico;
2. Bloque de significado: nivel léxico y nivel semántico;
3. Nivel paralingüístico

En el gráfico 1, podemos apreciar cuáles son los niveles más recurrentes de los 295 eufemismos recogidos:

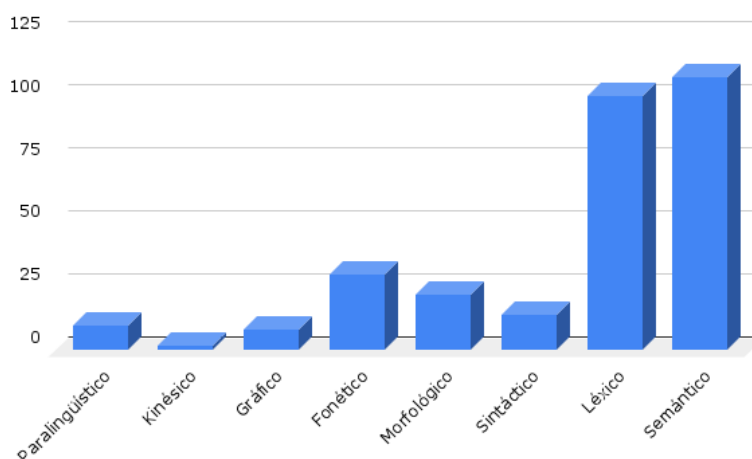


Gráfico 1. Incidencia de los niveles

De manera general, podemos observar cómo los niveles que corresponden al lenguaje no verbal (paralingüístico, kinésico y gráfico) son minoritarios respecto al resto, y ello no es de extrañar, pues, aunque estemos trabajando con el lenguaje de las redes, este, a fin de cuentas, sigue llevándose a cabo en un canal escrito, donde el lenguaje no verbal es menos frecuente y manifiesto que en una interacción oral. No obstante, no todo es negativo, pues el hecho de

que podamos apreciar estos niveles impropios del lenguaje escrito, aunque sea en menor cantidad, es una característica propia del ciberlenguaje que lo diferencia del escrito.

Otro detalle que podemos apreciar es la clara incidencia de los niveles léxico y semántico, siendo este último el más recurrente de todos. Ello tampoco es de extrañar, puesto que son los niveles principales en los que se desenvuelve el eufemismo.

Tras esta valoración general, en los siguientes apartados analizaremos los tipos concretos de cada uno de estos niveles, distinguiendo por un lado el bloque que corresponde a la caracterización lingüística (niveles fonético, morfológico, sintáctico, léxico y semántico) y, por otro, el bloque paralingüístico (niveles paralingüístico, kinésico y gráfico).

9.1. Caracterización lingüística

9.1.1. Nivel fonético

En nuestro corpus hemos encontrado 30 eufemismos que corresponden al nivel fonético. De manera más concreta y específica, 11 corresponderían al tipo *modificación*, otros 11 al de *reducción* y 8 al de *sustitución paronímica*. La representación gráfica de su incidencia es la se puede observar en el gráfico 2.

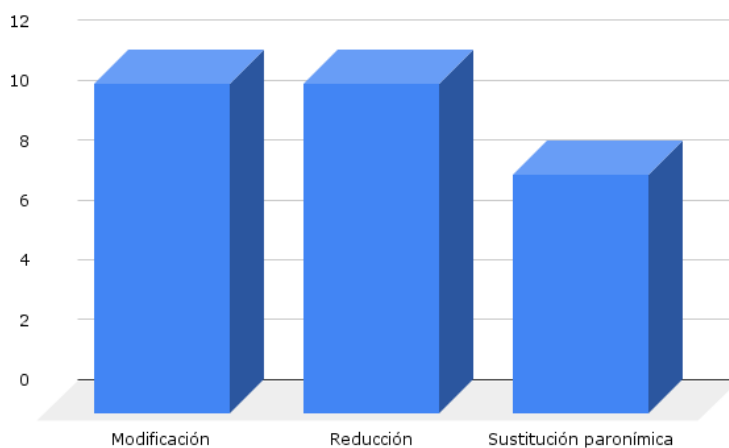


Gráfico 2. Incidencia interna del nivel fonético

Lo que caracteriza este nivel es que las variaciones que se la aplican son mínimas y muy superficiales, ya que las palabras malsonantes son fácilmente recuperables: *prro*, *regulinchi*,

cagaísima, droja, mierd, MARDITAS, sepsual... Asimismo, también se trata de palabras muchas veces empleadas de manera inconsciente, puesto que se trata de eufemismos muy integrados en el lenguaje cotidiano y muchos de ellos son interjecciones: *caray, caramba, joe, ostras, pringao...*

A partir de este gráfico 2 podemos observar cómo los tres tipos concretos suelen emplearse casi con la misma frecuencia, aunque, en este corpus en concreto, los tipos *modificación (sepsual)* y *reducción (prro)* son más frecuentes que *sustitución paronímica (ostras)*.

9.1.2. Nivel morfológico

Por lo que respecta al nivel morfológico, encontramos un total de 22 eufemismos, 20 de los cuales corresponden al tipo *derivación* y los 2 restantes al de *flexión nominal de género*. Podemos apreciar su incidencia en el gráfico 3.

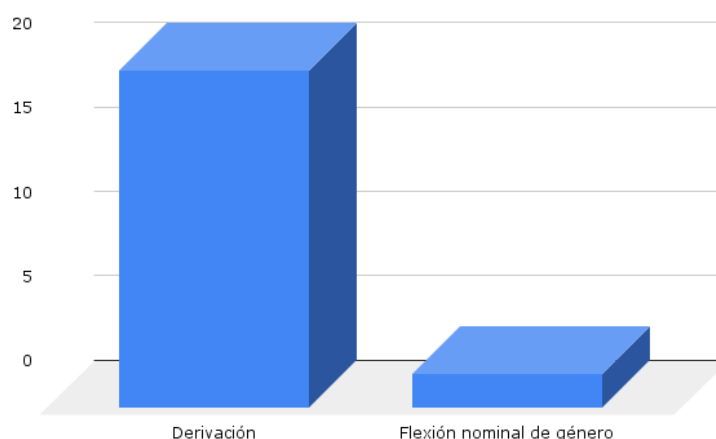


Gráfico 3. Incidencia interna del nivel morfológico

En este nivel, destaca de manera evidente la *derivación*, concretamente la sufijación diminutiva. De la misma manera que ocurre en el nivel fonético, los eufemismos creados mediante este recurso son bastante simples y resulta fácil recuperar la palabra tabú a la que sustituyen. Ejemplos sobre ello serían: *caquita, calvito, gordita, pepitilla, pesaico, tontita...*

Por lo que respecta a la *flexión nominal de género*, encontramos un eufemismo que se repite en dos ocasiones: *warra*. Lo hemos interpretado como un eufemismo porque el destinatario de esta cualidad es un hombre, y el emisor, para evitar el término tabú, opta por

emplear el género femenino. De la misma manera que el recurso anterior, los eufemismos creados mediante *flexión nominal de género* también son fáciles de crear y de identificar.

9.1.3. Nivel sintáctico

En el nivel sintáctico, encontramos un total de 14 eufemismos, distribuidos entre los tipos *omisión y elipsis* (10), *fórmulas eufemísticas* (2) y *agrupación sintagmática* (2). Su incidencia se refleja en el gráfico 4.

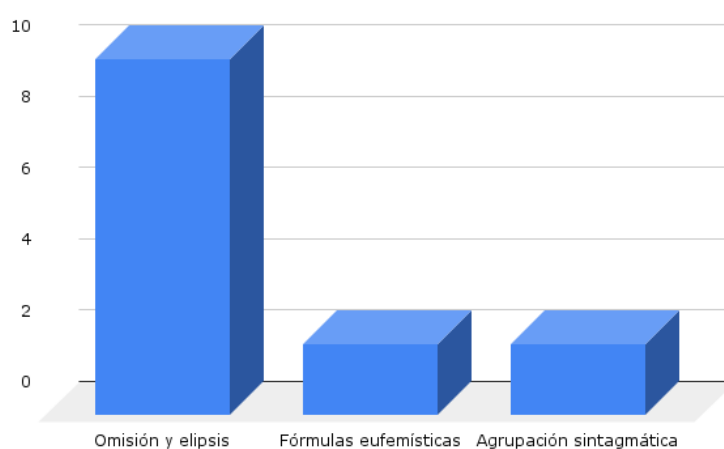


Gráfico 4. Incidencia interna del nivel sintáctico

De los tres tipos, el más recurrente es el de *omisión y elipsis*, referido sobre todo a voces que connotan elementos sexuales: *cómo comerselo a una chica, contenido, probablemente tu la tengas como el de arriba...* Aunque también encontramos otros que se refieren a otros elementos inmencionables en algunas circunstancias, como la menstruación: *a estas chicas les vino*; o alguna enfermedad: *siento lo de tu madre*.

En lo referente a la *agrupación sintagmática*, hemos detectado un conjunto de palabras que funcionan como eufemismos únicamente si aparecen juntas: *arma secundaria incorporada...*

En el caso de las *fórmulas eufemísticas*, encontramos dos situaciones en las que se producen: *Perdona, pero [...]* y *pos con respeto*.

9.1.4. Nivel léxico

En el nivel léxico, encontramos 101 eufemismos, siendo este uno de los dos niveles más recurrentes. También es un nivel que cuenta con un mayor número de tipos de eufemismos: *préstamos extranjeros* (19), *calcos semánticos* (1), *tecnicismos* (51), *cultismos* (1), *arcaísmos* (1), *jerga y argot* (9), *particularismos geográficos* (18), *designaciones expresivas* (1). La distribución de este tipo de eufemismos puede observarse en el gráfico 5.

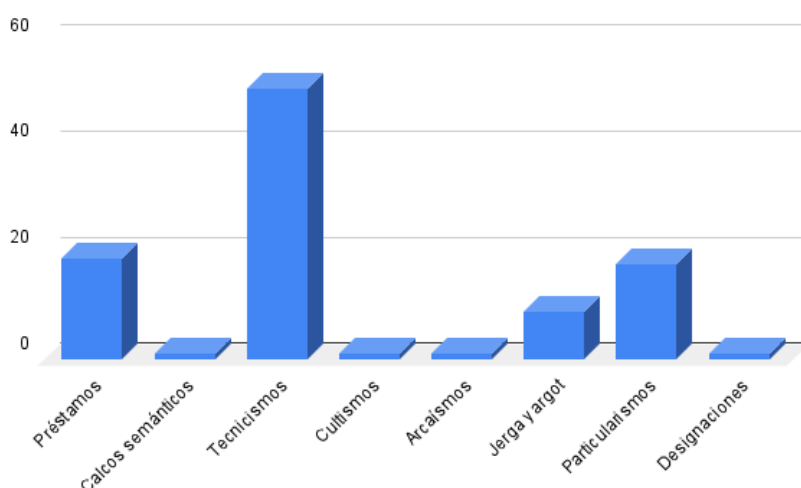


Gráfico 5. Incidencia interna del nivel léxico

En este nivel podemos apreciar que el tipo más recurrente es el de los *tecnicismos*, donde encontramos eufemismos como: *gestación subrogada*, *nalgas*, *paciente*, *recrudescimiento estatista*, *transferencia de recursos arbitraria*, *transparencia y rendición de cuentas*, *mamografía*...

Sobre los otros tipos, destacamos el de los *préstamos extranjeros*, del cual encontramos bastantes voces procedentes del inglés empleadas por usuarios en su mayoría procedentes de Hispanoamérica, lo cual no es de extrañar debido a la cercanía de Estados Unidos: *twink*, *bitch*, *curseado*, *clown*, *escorts*, *fvk*, *tea*, *homeless*... Cercano al tipo anterior, en *calcos semánticos* encontramos que se emplea *té* con la misma connotación que *tea*.

En el de *jerga y argot* encontramos voces empleadas sobre todo por usuarios jóvenes: *sugar babies*, *simp*, *mdlr*, *ñiqui ñiqui*... Lo mismo sucede con los *particularismos geográficos*: *tula*, *chichis*, *chaparra*, *pinga*, *cuca*... En cuanto a los menos empleados estarían los *cultismos* (*in memoriam*), *arcaísmos* (*gente sin rubor*) y *designaciones expresivas* (*pitilín*).

9.1.5. Nivel semántico

Por último, el nivel semántico es el más recurrente de todos, donde encontramos un total de 108 eufemismos, distribuidos en *metonimia y sinécdoque* (13), *metáfora* (61), *antífrasis* (16), *perífrasis* (16) y *términos genéricos* (2). Su incidencia se refleja en el gráfico 6.

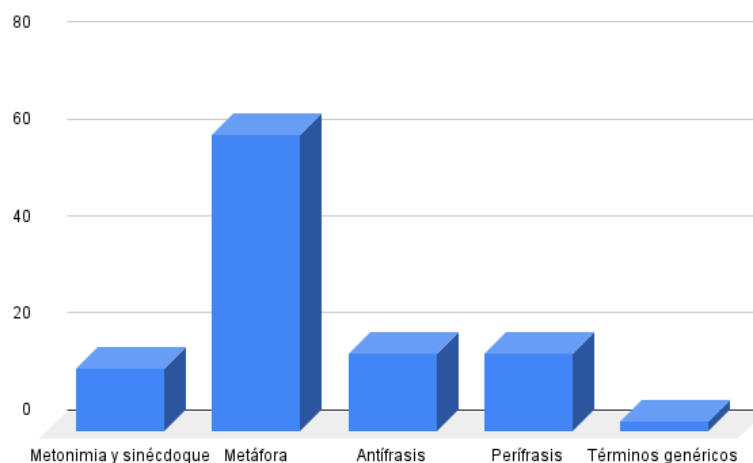


Gráfico 6. Incidencia interna del nivel semántico

El recurso más empleado, tanto en el nivel semántico como de manera general, es el de *metáfora*, y esto ya lo confirmaba Casas Gómez (1986: 217-218). La metáfora empleada como recurso eufemístico suelen emplearla más las personas mayores, sobre todo, para hacer referencia a la muerte: *descansar en paz, eterno descanso, pasaba a la eternidad, pérdida, se ha ido...*

En el caso de la *metonimia* y la *sinécdoque* encontramos *situación de abuso, siempre hay sangre en alguna parte, TIKTOKS que solo entenderás si eres niña, vídeo privado...* En *antífrasis* están *bendito, una persona tan inteligente como tú, cariñosos...* En *perífrasis*, *ciudadanos que necesitan leer los labios para comunicarse, los que menos pueden, los que pasan frío, quien puede y no hace nada por ellos...* Por último, en *términos genéricos* solamente encontraríamos dos: *ciérrese ese sitio y puedes guardarlos donde gustes.*

9.2.2. Nivel kinésico

En el nivel kinésico hemos clasificado los eufemismos según dos tipos: *gesto facial* y *gesto corporal*. Según la clasificación de Cestero Mancera (2018b: 75), el *gesto facial* haría referencia a la *kinésica facial*, mientras que el *gesto corporal* haría referencia a la *kinésica corporal*. Hemos encontrado un eufemismo para cada tipo.

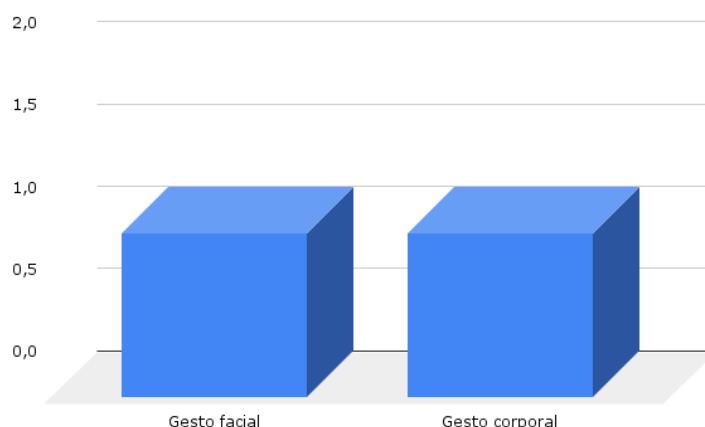


Gráfico 8. Incidencia interna del nivel kinésico

Sobre el *gesto corporal*, aunque concretamente sería manual, encontramos el emoticono 🤔, que funciona como sustituto del término malsonante *cállate*. Por lo que respecta al *gesto facial*, 😊, a diferencia del anterior, atenúa la carga tabú del mensaje verbal que acompaña.

Cabe mencionar que la mayoría de los usuarios de nuestro corpus, sobre todo mujeres y jóvenes, emplean emoticonos gestuales y no gestuales con mucha frecuencia, y suelen ir relacionados con el mensaje verbal que transmiten: *Acabo de salir de la eco de las 12 semanas y estoy* 😞💜💜🙌❤️ *todo bien* 🙌🙌; o añadidos de manera arbitraria: *Me sentía linda, luego la borro* 😘😏😁🌟🎉🐭👩🏻🤔⚡😄😏👧😏🙏; mientras que, como recurso eufemístico, son menos frecuentes o apreciables, y ello se puede deber a varias razones: el predominio de los eufemismos léxicos; y el hecho de que nos encontremos ante interacciones que se llevan a cabo en un canal escrito, en el que las manifestaciones gestuales son menos frecuentes a las que se pueden dar en una interacción oral y visual, puesto que durante una interacción oral realizamos muchos gestos inconscientes, conocidos como actos involuntarios (Cestero Mancera 2006: 67), mientras que en el ciberlenguaje el mensaje verbal y los emoticonos son añadidos de manera consciente.

9.2.3. Nivel gráfico

En el nivel gráfico, encontramos 8 eufemismos referidos a un único tipo, *imagen*:

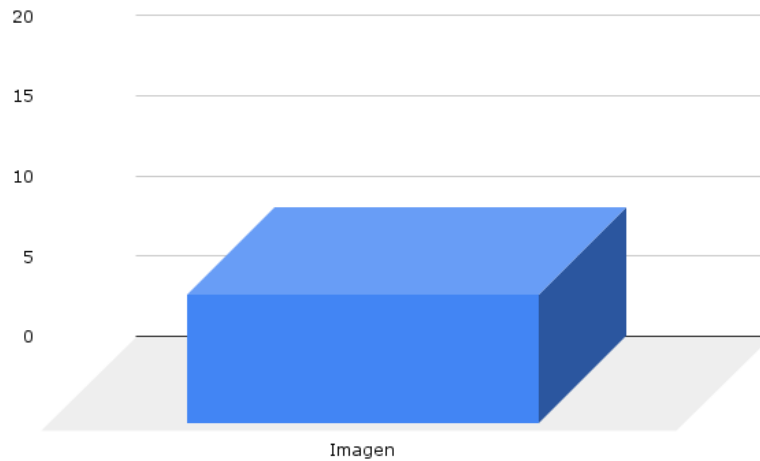


Gráfico 9. Incidencia interna del nivel gráfico

Del mismo modo que sucede en el nivel anterior, el nivel gráfico también lo forman emoticonos, concretamente aquellos que representan objetos inanimados y que funcionarían más bien como imágenes. Un ejemplo de ello lo podemos apreciar con el empleo del emoticono de una berenjena, que estaría aludiendo al aparato reproductor masculino: 🍆, o el de un melocotón, aludiendo a un trasero: 🍑.

10. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN POR INTENCIÓN

Tal y como ya avanzábamos en el marco teórico, los eufemismos, en su gran mayoría, se emplean como mecanismos de atenuación del tabú, mientras que los persuasivos y humorísticos aparecen en menor medida. Para realizar la clasificación por intención, hemos tenido muy en cuenta factores contextuales, tales como la relación entre el emisor y su destinatario o destinatarios, o los efectos que este primero pretende lograr.

La idea de que los eufemismos atenuadores son más recurrentes también se refleja en nuestro corpus, donde la incidencia de estos mecanismos se refleja en el gráfico 10.

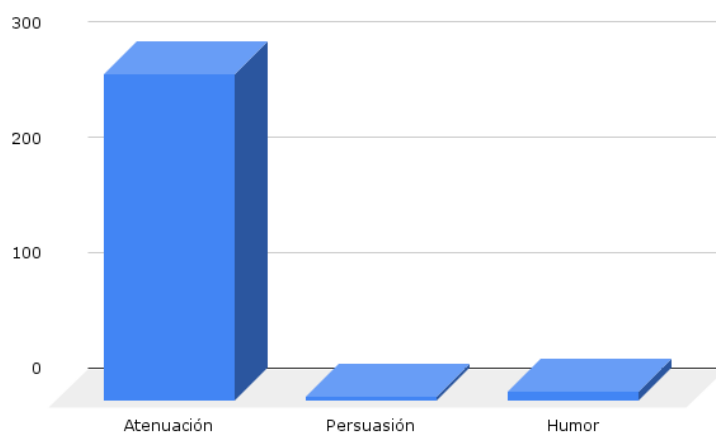


Gráfico 10. Incidencia de los tipos de intención

Se puede apreciar un claro predominio de los eufemismos empleados como mecanismos de atenuación, de los cuales hemos recogido 283, que representarían el 95,93% del total. Como decíamos en el marco teórico, estos son los eufemismos tradicionales y los que se crean a partir de la interdicción, con el fin de reducir o eludir el tabú: *ñiqui ñiqui, una larga batalla, tontita, sugar babies, descansar en paz...*

Por lo que respecta al mecanismo persuasivo, hemos registrado 4 casos (1,35%), empleados por políticos y referidos a temas de esta índole: *Plan de Recuperación,*



#AporteExtraordinario y Solidario, cambio necesario en Cataluña y España es una de las grandes democracias del mundo y no te exilias. O viajas o te vas.

Por último, los eufemismos empleados como mecanismos de humor los hemos encontrado en 8 casos (2,71%), y se caracterizan por ser irónicos o por pertenecer a la jerga juvenil: *mdlr, Papá Estado cuidando de los que más lo necesitan, regalito, te llevas una grata sorpresa...*

Respecto a su relación con las clasificaciones lingüísticas anteriores, podemos apreciar que en los eufemismos atenuadores, como es lógico al representar la mayoría de los eufemismos recopilados, el nivel que predomina es el semántico. En cuanto a los eufemismos persuasivos, las cuatro voces eufemísticas registradas pertenecen también al nivel semántico, sobre todo porque, con el fin de persuadir, se suele optar por dar rodeos (tipo *perífrasis*) o decir justamente lo contrario a lo que se quiere expresar (tipo *antífrasis*). Por último, la mitad de los eufemismos humorísticos identificados pertenecen al nivel semántico, mientras que el resto se sitúan en los niveles fonético y léxico. Con esto, podemos concluir con que el nivel semántico sigue siendo el más recurrente sin importar la intención con la que se emplea el eufemismo.

11. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA

Para establecer una clasificación temática, hemos propuesto una nueva categorización basada en las características de nuestro corpus y combinando las propuestas de Montero Cartelle (1981) y Roldán Pérez (2003). Hemos clasificado los eufemismos localizados en nuestro corpus en las siguientes ocho temáticas:

- **MUERTE.** Como bien indica su nombre, hace referencia a la muerte o a personas muertas: *eterno descanso; descanse en paz; falleció; moerta; haberse ido con Nuestro Señor Dios; los que hoy no pueden; nos dejó; pasaba a la eternidad...*
- **SOCIAL.** Trata sobre asuntos sociales que pueden despertar polémica, como la edad, el aborto, la menstruación, el parto o las clases sociales: *abuelitos; ancianos; da a luz; empleada doméstica; esconderse en el armario; interrupción voluntaria del embarazo...*
- **CUALIDADES.** Aquí se encontrarían los eufemismos que hacen referencia a cualidades psicológicas o físicas, tanto de seres animados como inanimados: *calvito; cieguita; clown; cucú; desgraciao; curseado; feita; gordita; mayorcito; pelotudita...*
- **SEXUAL.** Se incluyen en este bloque los eufemismos que hacen referencia a los órganos sexuales o al coito: *bollos con leche; chichis; con ganas disfrutar; contenido; cuca; escorts; nalgas; ñiqui ñiqui; pack; pitilín; sepsual; sugar babies; vídeo privado; tula; ;  ...*
- **POLÍTICO-FINANCIERA.** Trata sobre asuntos relacionados con este ámbito, como la corrupción: *conflicto; debacle económica; tras años de precariedad, privatización y eventualidad; Plan de Recuperación; transferencia de recursos arbitraria y desmedida; transparencia y rendición de cuentas...*
- **ENFERMEDADES.** Son aquellos eufemismos que hacen referencia a enfermedades físicas y psicológicas: *acv; mamografía; paciente; malito; episodio extraño; una larga batalla...*

- **ESCATOLÓGICA.** Hace referencia a las necesidades fisiológicas y a sus derivados: *cake*; *caquita*; *CIÉRRESE ESE SITIO*; *excremento*; *mierda*...
- **ESTÉTICA DISCURSIVA.** Son aquellos eufemismos que se utilizan casi de manera inconsciente con la finalidad de no sonar muy grosero. En su mayoría son interjecciones: *caramba*; *caray*; *frío de narices*; *fuck*; *genial*; *joe*; *ostras*...

La incidencia de estas temáticas en nuestro corpus queda reflejada en el gráfico 11.

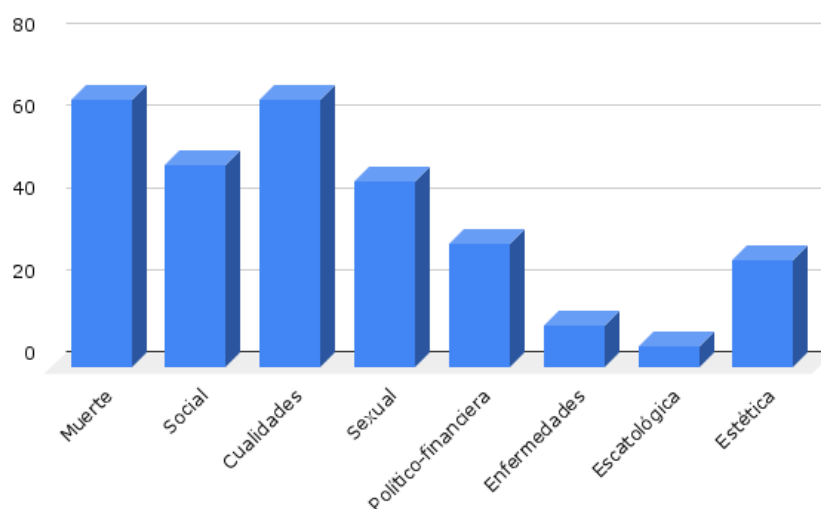


Gráfico 11. Incidencia de las temáticas

Como puede apreciarse, las temáticas más recurrentes son la de la *muerte* (65) y la de la *cualidades* (65). La muerte se considera como “el tabú más universal, ya que este tema es atenuado en todas las culturas” (Ortega López & Puig Guisado 2015: 31), y ello lo podemos ver reflejado en nuestro corpus, en el que es una de las dos temáticas más empleadas. Realmente, podríamos considerar la muerte como la temática más empleada, puesto que en *cualidades* englobamos aquellos atributos físicos y psicológicos de seres animados e inanimados, mientras que en el de la *muerte* únicamente englobamos referencias a la muerte y a los muertos. Es decir, la temática de las *cualidades*, si la comparamos con la de la *muerte*, es mucho más general, con lo cual, podríamos concluir con que la temática más frecuente es la segunda.

Respecto al resto de temáticas, la tercera más predominante es la *social*, con 48 eufemismos. Ello no es de extrañar, puesto que, tal y como la hemos definido, es sumamente general, ya que abarca bastantes temas sociales, con lo cual, resulta lógico que se posicione en una posición tan alta. En cuarta posición, y con 45 eufemismos, encontraríamos la temática *sexual*. Sobre los restantes tipos, en la quinta posición estaría la temática *político-financiera* con

30 eufemismos recogidos; en la sexta categoría, la temática de la *estética discursiva*, con 26 eufemismos, y también bastante general; en la séptima y penúltima posición, encontramos la temática de las *enfermedades* con 10 eufemismos recogidos; y, por último, en la última y octava posición estaría la temática *escatológica*, con 5 muestras.

Respecto a su variación lingüística: la temática de la *muerte* mayoritariamente suele manifestarse en el nivel semántico, concretamente con el tipo *metáfora*; la temática *cualidades* se manifiesta sobre todo en cuatro niveles: fonético, morfológico, léxico y semántico; los temas *sociales* predominan en el nivel léxico; en la temática *sexual* destaca el nivel léxico; la temática *político-financiera* se puede observar en los niveles léxico y semántico; la temática *estética discursiva* se relaciona claramente con el nivel fonético; las *enfermedades* se manifiestan en el nivel semántico; y por último, en la temática *escatológica* prevalece el nivel fonético.

Realizado el análisis, las principales conclusiones a las que hemos llegado son las siguientes:

- El nivel semántico suele ser el favorito para nombrar aquellos tabúes que son inevitables para el ser humano y que quedan fuera de su control, como las enfermedades y la muerte, y ello podemos verlo reflejado en las temáticas homónimas.
- Para los asuntos que tienen más que ver con lo social, como las temáticas *social*, *sexual* y *político-financiera*, prevalece el nivel léxico.
- En las temáticas más sencillas, infantiles y expresivas, es decir, las que se ocupan de las interjecciones o de los asuntos escatológicos, como *estética discursiva* y *escatológica*, predomina el nivel fonético, y, tal y como habíamos mencionado, se trata de un nivel muy simple en que la palabra malsonante eludida es muy fácil de recuperar.
- Por último, la temática más heterogénea sería la de *cualidades*, donde predominan cuatro niveles, aunque destacaría el nivel semántico.

En cuanto a las intenciones, los eufemismos atenuadores se pueden clasificar en todas las temáticas; los persuasivos, únicamente en la temática *político-financiera*, donde los emisores, que son políticos, pretenden captar y manipular a la audiencia; y finalmente, los humorísticos, aparecen en las temáticas *social*, *cualidades* y también *político-financiera*

12. EUFEMISMO: CARACTERIZACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA

La sociolingüística variacionista distingue diversos tipos de variación en función de las características sociales de los individuos o en función del contexto de uso de la lengua (Blas Arroyo 2005). En este trabajo nos centraremos principalmente en tres variedades que se relacionan con las variables sociales que hemos tenido en cuenta en la compilación de datos: la variación diatópica o dialectal, la variación generolectal, la variación genolectal y la variación sociolectal, atendiendo de manera especial a las variables de profesión en esta última.

En este apartado daremos cuenta de qué tipo de usuarios, según la variación, es más propenso al uso de eufemismos y el porqué. También trataremos de advertir cuáles son las temáticas más empleadas según la edad, el género, la procedencia o la profesión y, del mismo modo, el tipo de nivel lingüístico y las intenciones.

12.1. Variación diatópica

La variación diatópica considera factores geográficos y su concepto clave es el dialecto y sus divisiones internas (Casado Fresnillo 2009: 248). Un dialecto es una modalidad concreta de la lengua y posee unas características lingüísticas propias y otras en común con otras variedades (Casado Fresnillo 2009: 248). Uno de los factores que se tienen en cuenta a la hora de diferenciar un dialecto de otro es el acento. Aunque esta variación se aprecia principalmente en la oralidad, el lenguaje de las redes también incluye marcas orales que nos pueden indicar la procedencia geográfica del usuario.

En este trabajo nos interesa de manera especial conocer las diferencias dialectales en el uso de los eufemismos, y sobre este asunto se puede decir que una primera diferencia la podemos encontrar en que hay algunos términos que en una variedad pueden sonar obscenos mientras que en otra no (Casas Gómez 1994: 134-135). Un ejemplo de esto último podría apreciarse con el verbo *coger*, que tiene una connotación neutra en España, pero malsonante en algunos países hispanoamericanos, especialmente en Argentina. El mismo fenómeno

también se produce a la inversa, pues, por ejemplo, el término *coño* es malsonante en España, pero en Chile se utiliza de manera coloquial como gentilicio de los españoles (Casas Gómez 1994: 135-136). Podemos concluir con que existen eufemismos privativos de cada variedad diatópica, puesto que, cada sociedad, por motivos sociales y psicológicos, crea los eufemismos que considera convenientes.

12.1.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso

Como se ha expuesto en la introducción, la mitad de los informantes de nuestro corpus pertenecen a España, mientras que la otra mitad son de Hispanoamérica. Hemos clasificado los resultados obtenidos según dos criterios: eufemismos **absolutos**, donde presentaremos el número de los eufemismos empleado por cada lugar de procedencia sin tener en cuenta las interacciones; y eufemismos **relativos**, en los que sí tendremos en cuenta las interacciones.

En términos absolutos, los españoles son los que más emplean los eufemismos, con un total de 173 casos registrados (58,64%), mientras que los 122 restantes (41,36%) conciernen a los hispanoamericanos.

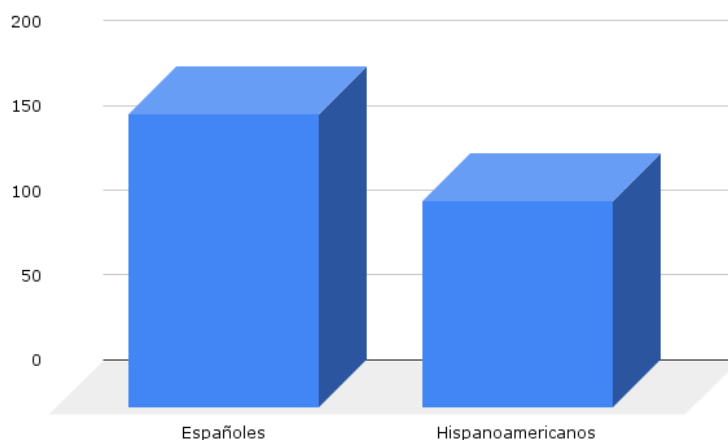


Gráfico 12. Variación diatópica según criterios absolutos

En caso de tener en cuenta el número de interacciones, los resultados cambian completamente. Los hispanoamericanos son los que más los emplean al registrar menos interacciones (4062), mientras que los españoles emplean menos al contar con más interacciones (6650). Relacionando los resultados, el porcentaje que queda de cada procedencia es el que se refleja en el gráfico 13: el 2,60% de las interacciones de los españoles cuentan con alguna voz eufemística, mientras que las de los hispanoamericanos suponen un 3%.

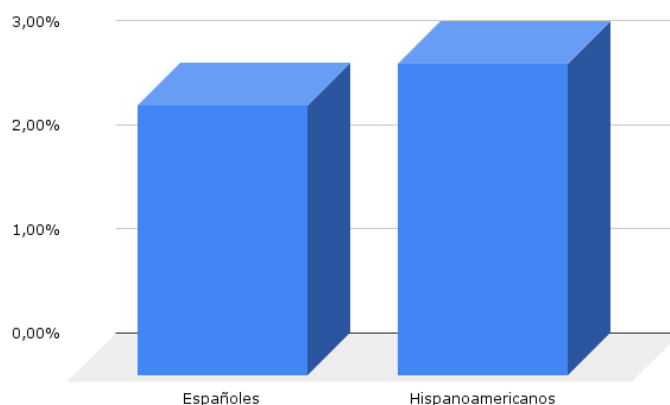


Gráfico 13. Variación diatópica según criterios relativos

12.1.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática

Teniendo en cuenta la composición, los eufemismos de usuarios españoles siguen la misma proporción que habíamos presentado en el capítulo 9, en el que decíamos que los niveles más recurrentes son el semántico y el léxico, y los menos frecuentes son los que hacen referencia a la comunicación no verbal. En el caso de los hispanoamericanos, vemos una clara predilección por los niveles léxico y semántico, y muy pocas muestras eufemísticas de carácter no verbal en comparación con los resultados presentados por los españoles.

Respecto a la intención, entre españoles e hispanoamericanos hay bastante equidad, aunque los hispanoamericanos tienden a emplear más el eufemismo como mecanismo atenuador que los españoles.

Por último, por lo que concierne a la temática, los hispanoamericanos destacan con los eufemismos referidos a la muerte (46), los sociales (20), y los político-financieros (15) si los comparamos con los resultados de los españoles.

12.2. Variación generolectal

Respecto a la variación generolectal, existe la teoría de que hombres y mujeres no hablan de la misma manera debido a la desigualdad social que ha existido desde tiempos remotos. El lenguaje es también un reflejo de la sociedad, y es por ello que, si existen diferencias socioculturales, también las habrá en el ámbito lingüístico. En general, se acepta que hombres y mujeres hablan de manera diferente en cualquier contexto y situación comunicativa (Casado Fresnillo 2009: 256). Históricamente, podemos encontrar casos en los que hombres y mujeres de una misma sociedad o poblado hablaban lenguas distintas a la vez, como en el caso de las mujeres arahuacas y de los hombres caribes, que incluso tras haberse unido y mezclado seguían hablando sus lenguas originales. En la actualidad, y en el caso del español, las diferencias de género lingüísticas se producen más bien en la cantidad, más que en la cualidad (Blas Arroyo 2005: 160), es decir, tanto hombres como mujeres son capaces de hablar de la misma manera, pero estas últimas tienden a utilizar más, por ejemplo, prefijos, eufemismos con diminutivos o truncamientos léxicos (Blas Arroyo 2005: 163), en resumen, tienden a “evitar el uso de palabras malsonantes” (Casado Fresnillo 2009: 257).

Otra diferencia se encontraría en la interacción verbal, donde se puede observar cómo las mujeres tienden a utilizar estrategias conversacionales para proteger su imagen y la de su interlocutor (Blas Arroyo 2005: 164), recurriendo a normas de cortesía y al uso de eufemismos, mientras que los hombres, en este aspecto, suelen ser más despreocupados. También existen diferencias en el nivel paralingüístico, con el empleo de la risa, que las mujeres suelen emplear mayoritariamente como método de corroboración, mientras que los hombres suelen usarla en desacuerdos (Blas Arroyo 2005: 170).

En general, se considera que el habla de las mujeres es más “correcta” y “conservadora” que la de los hombres, sobre todo en el caso de los hispanohablantes: “perhaps the largest body of evidence on sexual differentiation is to be found in studies of Spanish in Latin America and Spain” (Labov 1991: 211-212).

12.2.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso

Como ocurre en el caso de la *variación diatópica*, la mitad de los informantes analizados en nuestro corpus son hombres, mientras que la otra mitad son mujeres. Del mismo modo que en el apartado anterior, hemos clasificado los resultados según criterios absolutos y relativos.

Como refleja el gráfico 14, según criterios absolutos, las mujeres son las que más eufemismos emplean, con un número exacto de 167 eufemismos (56,61%), mientras que en el caso de los hombres hemos registrado 128 (43,34%).

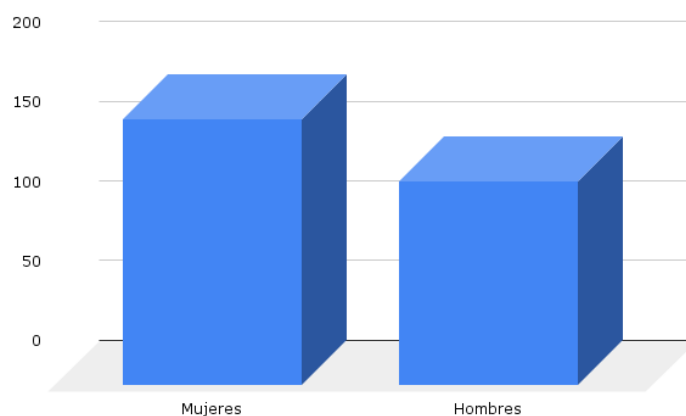


Gráfico 14. Variación generolectal según criterios absolutos

Por lo que respecta a los términos relativos, los resultados cambian y sucede lo mismo que en el apartado anterior. Los hombres son los que más los emplean si tenemos en consideración el número de interacciones, siendo en este caso 4461, mientras que en el caso de las mujeres se han registrado 6251. Los porcentajes atribuidos a cada género serían 2,86% para los hombres y 2,67% para las mujeres:

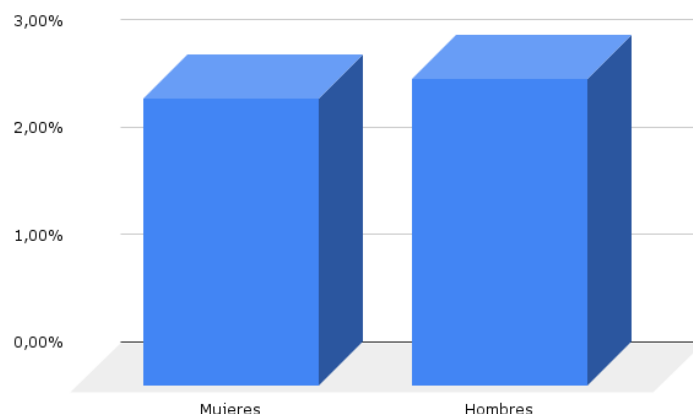


Gráfico 15. Variación generolectal según criterios relativos

El resultado obtenido, reflejado en el gráfico 15, no corrobora lo que se puede leer en la bibliografía sobre este tema. Ello se puede deber al hecho de que los hombres tienden más a mencionar lo tabú, mientras que las mujeres usan un lenguaje más neutro o positivo, en el que no se requieren eufemismos. De hecho, ello se puede ver reflejado en las interacciones de uno de los usuarios que más eufemismos emplea, @DalasReview (7,92%), en los que constantemente alude a la polémica y a los conflictos.

12.2.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática

Por lo que respecta a los resultados según la composición, las mujeres destacan en los niveles fonético (por las interjecciones), morfológico (con los diminutivos), paralingüístico, kinésico y semántico. Respecto a los hombres, ellos destacan en los niveles gráfico y sintáctico. En el caso del nivel léxico hay un equilibrio entre los dos géneros.

La intención que predomina para ambos géneros, como es lógico, es la atenuadora. No obstante, los eufemismos persuasivos registrados son de mujeres, y la mayoría de los humorísticos, de hombres.

Por último, las temáticas más recurrentes entre las mujeres son: *estética discursiva, muerte, social, cualidades y enfermedades*; y de los hombres: *sexual, político-financiera y escatológica*.

12.3. Variación genolectal

Por lo que respecta a la variación genolectal, son evidentes las diferencias entre el habla de los distintos grupos generacionales, pues es un hecho que la lengua, al ser una entidad viva, va cambiando con el paso de los años. Asimismo, cada generación sufre determinados eventos sociales que, evidentemente, influyen en su manera de hablar. A diferencia de las variedades diatópica y generolectal, con la variable de la edad se da el caso de que un mismo individuo vaya cambiando su manera de hablar con el paso de los años, usando cada vez más fórmulas prestigiosas y corteses (Casado Fresnillo 2009: 259).

Tal y como explica y muestra Blas Arroyo (2005: 193), quien a su vez cita a López Morales (1989), los perfiles de distribución sociolingüística relacionados con el factor edad se pueden interpretar como reflejo de tres posibilidades distintas, aunque solo se explican las dos primeras:

1. fenómenos de identidad entre ciertos grupos generacionales;
2. fenómenos de autocorrección, sobre todo en grupos de edad intermedios, y
3. fenómenos que revelan la existencia de un cambio lingüístico en marcha.

Sobre el primero podemos decir que los jóvenes, debido al fenómeno *age-grading*, son más propensos a emplear y manipular el lenguaje de manera peculiar (y en algunas situaciones dan lugar a nuevas hablas, como la *cheli* de Madrid) para que les identifique con la generación a la que pertenecen, mientras que otras generaciones más avanzadas tienden a utilizar un lenguaje más estándar y prestigioso, factor que también los identifica con la generación a la que pertenecen. Cabe añadir que esta conducta de innovar en el lenguaje es más propia de los adolescentes, puesto que los niños emplean más formas estándares que los primeros (Romaine 1996: 102). Por lo que respecta a los fenómenos de autocorrección, esta suele afectar a edades intermedias, quienes están “inmersos en el mundo de la competencia profesional, económica y social” (Blas Arroyo 2005: 202), y esto ocasiona que vayan adaptándose a las estructuras más estándares y “correctas”. Este concepto de *autocorrección* resulta de lo más interesante para nuestro estudio, puesto que este proceso podría suponer que se produzca un aumento en el uso de los eufemismos a partir de las edades intermedias. Respecto a las diferencias lingüísticas generacionales, las principales suelen darse en los niveles léxico y fraseológico (Blas Arroyo 2005: 200), que suelen ser los que más varían al ser los más superficiales, con:

- una clara tendencia por parte de las generaciones más avanzadas en el uso de términos antiguos, mientras que los jóvenes se decantan por los sinónimos más actuales;
- un mayor conservadurismo en el uso de palabras y expresiones eufemísticas conforme avanza la edad;
- y respecto a los jóvenes, un uso abusivo de términos indefinidos y pobres en información, creación y uso frecuente de metáforas de contenido festivo, creación de neologismos a través de varios procedimientos y adopción de terminología jergal.

12.3.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso

Siguiendo la misma línea que los apartados anteriores, también hemos clasificado los informantes según su edad: un tercio comprende las edades 15-29 (jóvenes), otro, 30-59 (de mediana edad), y el restante, 60- (mayores).

Asimismo, en esta clasificación tendremos en cuenta tanto los números absolutos como los relativos. Como muestra el gráfico 16, en términos absolutos, los usuarios que más emplean los eufemismos son los jóvenes, con 115 eufemismos registrados (38,98%); en segundo lugar, se encuentran los mayores, con 104 (35,25%), y, en tercer y último lugar, los usuarios de mediana edad, con 76 eufemismos (25,76%).

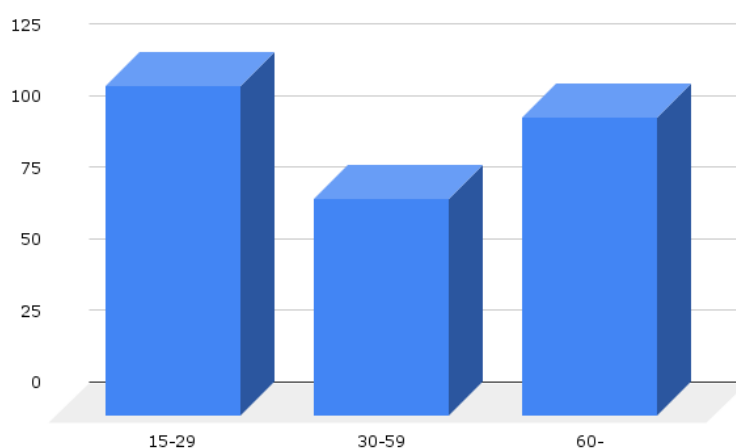


Gráfico 16. Variación genolectal según criterios absolutos

Por lo que concierne a los números relativos, donde se tiene en cuenta el número de interacciones, los resultados difieren y se asemejan a los que expone la bibliografía. Como refleja el gráfico 17, los que más utilizan los eufemismos son los mayores, con un 3,07%, en segundo lugar, están los jóvenes, con un 2,69%, y en último lugar, los de mediana edad, con un 2,47%.

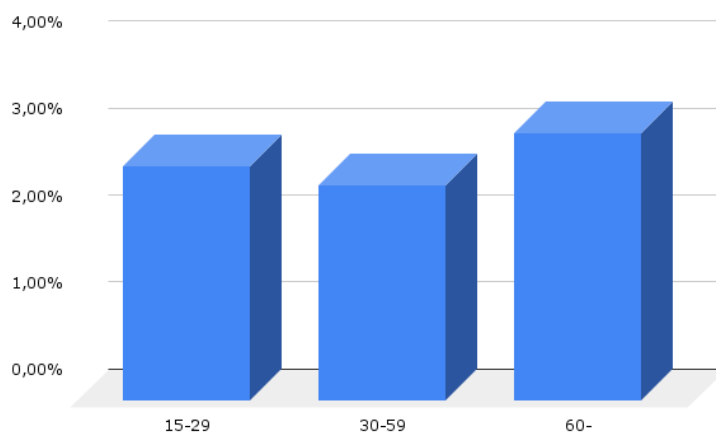


Gráfico 17. Variación genolectal según criterios relativos

El hecho de que los usuarios de mediana edad (de quienes se considera que deberían emplear más eufemismos que los jóvenes) supongan el grupo que menos eufemismos utiliza puede deberse a las razones que exponíamos en el apartado 12.2. En este caso, los usuarios que pertenecen a esta franja de edad intermedia emplean un lenguaje más neutro y profesional, donde las alusiones al tabú son menos frecuentes que en las otras franjas. Respecto a los mayores, estos emplean muchos eufemismos referidos, sobre todo, a la muerte, donde el miedo y la noción de este hecho es más evidente.

12.3.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática

Respecto a la composición, hay bastante proporcionalidad entre las tres franjas de edad analizadas, salvo en algunos casos concretos. Por lo que respecta a los jóvenes, hacen uso de todos los niveles, y el que más emplean es el léxico. En el caso de los usuarios de mediana edad, destacan por no usar eufemismos no verbales, y los niveles más frecuentes son el léxico y el semántico. Por último, los mayores se caracterizan por usar, y con mucha diferencia, el nivel semántico (concretamente el tipo *metáfora*) y el nivel paralingüístico (particularmente el tipo *silencio*).

Por lo que refiere a la intención, naturalmente, todas las franjas de edad utilizan mayoritariamente eufemismos atenuadores. Sin embargo, los jóvenes destacan por usar más voces eufemísticas humorísticas y los mayores por usar eufemismos persuasivos, aunque este último resultado se debe más bien al tipo de profesión.

Por último, en cuanto a las temáticas, los más jóvenes usan eufemismos referentes a temas sociales, sexuales y escatológicos y a las cualidades. Los usuarios de mediana edad prefieren los eufemismos político-financieros, y ello iría acorde con esa reflexión anterior en la que demostrábamos la razón por la cual los informantes de esta franja no usan muchos eufemismos: motivos profesionales que los lleva a usar un lenguaje neutral. Por último, en el caso de los mayores, como ya avanzamos anteriormente, las temáticas en las que más voces eufemísticas aparecen son la de la muerte y la de las enfermedades.

12.4. Variación sociolectal

Los usuarios seleccionados en nuestro corpus, al ser personajes públicos, tienen una profesión identificada. Además, al ser celebridades, la visión que den de su imagen es crucial para su carrera profesional, aunque en el caso de los retirados puede darse la situación de que esta presión ya no les afecte y no sientan la necesidad de autocorregirse, y, por ello, su manera de hablar también pueda verse afectada.

La variación sociolectal está relacionada con la variación por nivel educativo (Blas Arroyo 2005: 224) y ambas se verían afectadas también por los registros o variedades diafásicas. A diferencia de las variedades mencionadas en los subapartados anteriores, estas dependen de la elección del hablante según la situación comunicativa o el contexto (Casado Fresnillo 2009: 259).

Es más frecuente que aquellos que desempeñan cargos más influyentes hagan uso de variantes estándares, mientras que los que desempeñan cargos menos influyentes empleen un lenguaje más dialectal (Blas Arroyo 2005: 224). Respecto a la afirmación anterior, no estaría de más añadir que el tipo de receptor al que suele dirigirse el emisor también repercute en su manera de hablar. Por ejemplo, en este trabajo analizamos bastantes tuits de influencers, la mayoría de ellos con millones de seguidores, pero estos últimos suelen ser muy jóvenes y su principal motivación para consumir ese contenido se debe a motivos lúdicos, con lo cual, el influencer en cuestión termina empleando un lenguaje más coloquial (rozando lo vulgar) y dialectal para atraer a esa audiencia juvenil, puesto que esa misma frescura es lo que consigue que se establezca una conexión entre el influencer y sus seguidores. En algunos casos, como el de influencers masculinos que se dedican a grabar *gameplays*, se cree que existe una relación evidente entre emplear un lenguaje soez y recibir más audiencia (Rego Rey & Romero-Rodríguez

2016: 219). De todos modos, la afirmación de Blas Arroyo sí que encajaría con el perfil de otras profesiones influyentes, como la de los políticos y periodistas.

12.4.1. Resultados del corpus: frecuencia de uso

A diferencia de los apartados anteriores, las profesiones de los informantes de nuestro corpus son varias y dispares, con lo cual, simplemente tendremos en cuenta los criterios relativos, puesto que los absolutos resultan muy poco concretos y precisos.

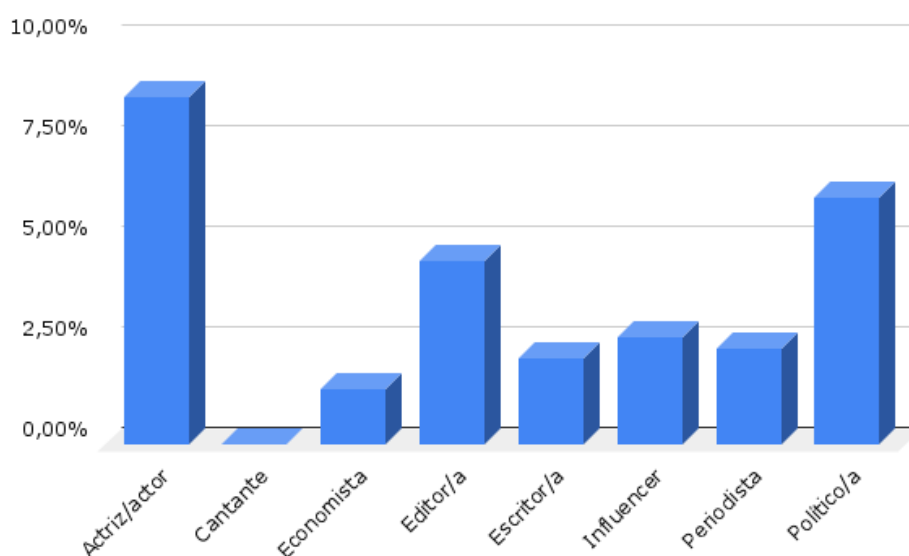


Gráfico 18. Variación sociolectal según criterios relativos

En el gráfico 18, podemos advertir que los informantes que más eufemismos usan pertenecen al mundo de la actuación, de la edición, y de la política. Cabe mencionar que el oficio más recurrente, el de la actuación, cuenta con muchos casos registrados debido a que una informante, @CarmenSalinasLo, es una de las informantes que cuenta con más voces eufemísticas recopiladas en relación con su número de interacciones (14,70%). En el caso de los políticos, su recurrencia sí que sería más acertada, puesto que los usuarios pertenecientes a esta profesión usan eufemismos de manera proporcional.

Respecto a los oficios que menos eufemismos usan encontramos el de cantante, con 0 registros, pero ello se debe a que la única informante perteneciente a este oficio simplemente realizó tres interacciones en las que no se ha detectado ninguna voz eufemística.

Resulta curioso que uno de los oficios en los que también hay un porcentaje notable es el de los influencers, llegando a superar a los periodistas, los escritores y los economistas. Ello puede deberse a esa hipótesis en la que, más que hablar bien, aquellos que tienden a aludir más el tabú usan más eufemismos, mientras que los que usan un lenguaje más neutral cuentan con menos registros.

12.4.2. Resultados del corpus: según composición, intención y temática

Por lo que refiere a la composición, hay cuatro oficios cuyos eufemismos, mayoritariamente, pertenecen a los niveles léxico y semántico: economista, editor/a, periodista y político. En cuanto a los actores, predomina el nivel semántico, seguramente por ese caso de una usuaria que empleaba numerosas metáforas para hacer referencia a la muerte. Respecto al resto de oficios, los escritores y los influencers son los más versátiles: los primeros emplean muchos eufemismos pertenecientes a los niveles paralingüístico, fonético, morfológico y semántico; y los segundos prefieren los eufemismos en los niveles fonético, morfológico, léxico y semántico.

Por lo que concierne a la intención, todos los oficios emplean eufemismos atenuadores, salvo los políticos, que también hacen uso de voces eufemísticas persuasivas y alguna que otra de naturaleza humorística; y los influencers y periodistas con algunos eufemismos humorísticos.

En tercer y último lugar, las temáticas más recurrentes en cada oficio son: la muerte en el caso de los actores, economistas, editores y periodistas; en el caso de los escritores, predominan las temáticas de estética discursiva y de las cualidades; en el de los políticos, como es lógico, predomina la temática político-financiera, seguida de la muerte; por último, respecto a los influencers, destacan los eufemismos referidos a temas sociales, sexuales y escatológicos, acordes a su perfil y al tipo de contenido que transmiten.

IV. CONCLUSIONES

13. CONCLUSIONES

El objetivo principal de nuestro estudio era el de realizar un análisis sociopragmático de los eufemismos en el lenguaje de las redes, concretamente, planteábamos los siguientes objetivos:

1. Analizar la incidencia de los eufemismos en las redes sociales.
2. Establecer las diferencias sociolingüísticas respecto al uso de los eufemismos en las redes sociales
3. Comparar los resultados de nuestro análisis con las caracterizaciones del eufemismo que se presenta en la bibliografía que ha estudiado el eufemismo en otros contextos de uso.
4. Caracterizar los eufemismos de las redes en función de su composición, temática e intención y comparar los resultados con la información presentada la bibliografía.
5. Determinar si existen eufemismos exclusivos del lenguaje de las redes que no suelen usarse en los espacios más convencionales (oral y escrito).

Por lo que se refiere a la incidencia de los eufemismos en las redes sociales, en las 10712 interacciones que componen nuestro corpus, hemos registrado un total de 295 eufemismos, lo que supone una incidencia de los eufemismos de un 1,91% aproximadamente. La formalidad de las interacciones, en general, corresponden a un registro coloquial, y la aparición de eufemismos y su incidencia serían equiparables a las de este registro. En otras palabras, consideramos que la cantidad de eufemismos que aparecen nuestro corpus serían equiparables a las de un registro coloquial oral.

En relación a las diferencias sociolingüísticas respecto al uso de los eufemismos en las redes sociales y a la comparación de los resultados de nuestro análisis con las caracterización del eufemismo que se presenta en la a bibliografía, son varias las diferencias sociales que hemos podido apreciar, algunas de las cuales coincidían con lo que presentaba la bibliografía, como el hecho de que las personas mayores (60-) emplean más eufemismos que los jóvenes, o que las temáticas más recurrentes entre los jóvenes sean sociales y sexuales, acordes con su nivel de madurez, mientras que la temática de la muerte abunda más entre los mayores. No obstante,

ha habido algunos resultados que han diferido de lo mostrado en la bibliografía, como el hecho de que los hombres empleen más eufemismos que las mujeres, cuando la bibliografía relacionada con el tema defiende justo lo contrario. Nosotras barajamos la hipótesis de que los hombres los emplean, no por motivos de decoro o por hablar mejor, sino precisamente porque en sus intervenciones tienden a tratar más temas tabúes que las mujeres, cuyas interacciones, en mayor medida que la de los hombres, son más neutrales y positivas. En resumen, sin tabú no hay interdicción, y sin esta, no hay eufemismo, con lo cual, es más probable que haya eufemismos cuando se aluden situaciones tabúes que cuando no se hace.

En cuanto a la caracterización de los eufemismos de las redes en función de su composición, temática e intención, los resultados del análisis coinciden con los mostrados en la bibliografía, donde ya se avanzaba que los niveles más empleados son el léxico y el semántico. Como era de esperar, los niveles referentes a la comunicación no verbal son los más minoritarios, y ello puede deberse a ese desajuste que mencionábamos en el que, a pesar de que está más que demostrado que en el ciberlenguaje podemos encontrar transcritas manifestaciones más bien propias de una interacción oral, estas son minoritarias en comparación a las que se dan de manera visual y oral. Sobre los tipos de intención, también coincidimos con la bibliografía, donde la gran mayoría de los eufemismos es de naturaleza atenuadora. Finalmente, respecto a las temáticas, nuestros resultados coinciden con las aportaciones de otros investigadores que defienden que la temática más recurrente, o de las que más, es la muerte, factor que podemos confirmar con los resultados de este corpus.

Por último, respecto a la determinación de si existen eufemismos exclusivos del lenguaje de las redes que no suelen usarse en los espacios más convencionales (oral y escrito), nos gustaría destacar el nivel gráfico, pues es un recurso que suele emplearse en ámbitos audiovisuales, como el cine y la publicidad, y que no aparece en interacciones orales y escritas. Además, la bibliografía referente a los eufemismos gráficos o visuales es muy escasa, y consideramos que su manifestación en el ciberlenguaje es algo propio y característico de este espacio que lo separa del lenguaje oral y del lenguaje escrito.

Consideramos que este el tipo de trabajo realizado requiere un tratamiento más extenso y concreto, puesto que se podrían obtener resultados más precisos si se ampliara, por ejemplo, el corpus de datos y el número de informantes a analizar, además de concretizar aún más las clasificaciones. Algunas líneas de trabajo futuro que se han abierto con el trabajo realizado son:

1. La interacción cibernética y su impacto en el lenguaje cotidiano.
2. Análisis de los eufemismos gráficos o visuales.
3. Análisis semiótico de los emoticonos faciales y no faciales.
4. Nuevas formas de comunicación no verbal en las redes sociales: *gifs* y *stickers*.

BIBLIOGRAFÍA

AIELLO, G. (2020). Visual semiotics: Key concepts and new directions. En PAUWELS, L. & MANNAY, D. (eds.), *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (pp. 367-380). Londres: SAGE.

ALLAN K. & BURRIDGE, K. (1991). *Euphemism and dysphemism: language used as shield and weapon*. Oxford: Oxford University.

ARMENTA MORENO, L. M. (2009). *La interdicción lingüística: estrategias del lenguaje políticamente correcto en textos legales educativos (1986-2006)*. Badajoz: Universidad de Extremadura.

BARTHES, R. (1977 [1964]). Rhetoric of the Image. En HEATH, S. (ed. & trans.), *Image, Music, Text* (pp. 32-51). New York: Hill and Wang.

BETANCOURT ARANGO, A. (2010): El ciberlenguaje como variedad lingüística. *Revista: Educación, Comunicación y Tecnología*, 8: 1-19.

BLANCO, L. (2007). Aproximación al paralenguaje. *Hesperia: Anuario de filología hispánica*, 10: 83-97.

BLAS ARROYO, J. L. (2005). *Sociolingüística del español: desarrollos y perspectivas en el estudio de la lengua española en el contexto social*. Madrid: Cátedra.

BRAVO, D. (2010). Pragmática, sociopragmática y pragmática sociocultural del discurso de la cortesía. En BRAVO D.; HERNÁNDEZ FLORES, N. & CORDISCO, A. (eds.), *Aportes pragmáticos, socio pragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español* (pp. 31-68). Buenos Aires: Dunken.

BROWN, P. & LEVINSON, S. (1987). *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

BURRIDGE, K. (2005). *Weeds in the garden of words: further observations on the tangled history of the English language*. New York: Cambridge University Press.

BURRIDGE, K. (2012). Euphemism and Language Change: The Sixth and Seventh Ages. *Lexis: Journal in English Lexicology*, 7: 65-92.

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación en las ciencias de la información*, 33: 45-68.

CASAS GÓMEZ, M. (1986). *La interdicción lingüística: mecanismos del eufemismo y disfemismo*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

CASAS GÓMEZ, M. (1994). Marcas diatópicas en el léxico eufemístico-disfemístico hispanoamericano. En WOTJACK, G. & ZIMMERMANN, K. (eds.), *Unidad y variación léxicas del español de América* (133-183). Frankfurt am Main: Vervuert.

CASAS GÓMEZ, M. (2009). Hacia una nueva perspectiva de enfoque en la definición lingüística del eufemismo. En FUENTES RODRIGUEZ, C.; ALCAIDE LARA, E. R. (coords.), *Manifestaciones textuales de la descortesía y agresividad verbal en diversos ámbitos comunicativos* (pp. 11-29). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.

CESTERO MANCERA, A. M. (2006). La comunicación no verbal y el estudio de su incidencia en fenómenos discursivos como la ironía. *ELUA: Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 20: 57-78.

CESTERO MANCERA, A. M. (2015). La expresión del tabú: estudio sociolingüístico. *Boletín de Filología*, 1: 71-105.

CESTERO MANCERA, A. M. (2018a). Recursos no verbales en comunicación persuasiva. *Lengua y Habla*, 22: 135-159.

CESTERO MANCERA, A. M. (2018b). Recursos no verbales en comunicación persuasiva: gestos. *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 44: 69-92.

CESTERO MANCERA, A. M.; ALBELDA, M.; GUERRERO, S. & SAMPER, M. (2020). Variación sociopragmática y geolectal en el uso de atenuación. *Lengua y Habla*, 24: 1-53.

CHAMIZO DOMÍNGUEZ, P. J. (2004). La función social y cognitiva del eufemismo y del disfemismo. *Panace@: Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*, 15: 45-51.

CRESPO FERNÁNDEZ, E. (2005). *El eufemismo, el disfemismo y los procesos mixtos. La manipulación del referente en el lenguaje literario inglés desde mediados del siglo XIX hasta la actualidad*. Alicante: Universidad de Alicante.

CRYSTAL, D. (2005). *La revolución del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.

DEL TESO MARTÍN, E. (1988). Cambio semántico: impropiedad y eufemismo. *Verba: Anuario galego de filoloxía*, 15: 183-204.

ESCANDELL VIDAL, M. V. (1993). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel.

ESCANDELL VIDAL, M. V. (1995). Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas. *Revista Española de Lingüística*, 25: 31-66.

HAVERKATE, H. (1994). *La cortesía verbal*. Madrid: Gredos.

KNAPP, M. L. (1982). *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós.

LABOV, W. (1991). The Intersection of Sex and Social Class in the Course of Linguistic Change. *Language Variation and Change*, 2: 205-254.

RODRÍGUEZ LUNA, M. E. (1997). *Principios de pragmática*/ GEOFFREY LEECH. *Enunciación*, 2(1): 60-68.

LÓPEZ MORALES, H. (1989). *Sociolingüística*. Madrid: Gredos.

LÓPEZ MORALES, H. (2005). Sociolingüística del tabú. *Interlingüística*, 16: 7-20.

MARRERO AGUIAR, V.; CASADO FRESNILLO C.; GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, M. E.; RUIZ-VA PALACIOS, P. & ESCANDELL VIDAL, M. V. (2009). *El lenguaje humano*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

MARTÍN FERNÁNDEZ, M. I. (1994). Sobre la utilidad de la pragmática en la clasificación de los eufemismos. *Anuario de estudios filológicos*, 17: 325-338.

MONTERO CARTELLE, E. (1979). El eufemismo: sus repercusiones en el léxico. *Senara*, 1: 45-61.

MONTERO CARTELLE, E. (1981). *El eufemismo en Galicia. Su comparación con otras áreas romances*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.

ORTEGA LÓPEZ, M. & PUIG GUIADO, J. (2014). La interdicción lingüística en el ámbito de la muerte. *Prolegómenos*, 4: 27-48.

PÉREZ ESCUDERO, M. (2019). La comunicación no verbal en la interacción digital y su aplicación a la enseñanza de ELE. *E-eleando: Ele en la Red. Serie de monografías y materiales para la enseñanza de ELE*, 13: 1-118.

PINKER, S. (1994). The Game of the Name. *New York Times*.

POYATOS, F. (1997). Aspects, problems and challenges of nonverbal communication in literary translation. En POYATOS, F. (ed.) *Nonverbal Communication and Translation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

POYATOS, F. (2003). La comunicación no verbal: algunas de sus perspectivas de estudio e investigación. *Revista de investigación lingüística*, 2: 67-84.

REGO REY, S. & ROMERO RODRÍGUEZ, L. M. (2016). Representación discursiva y lenguaje de los 'youtubers' españoles: Estudio de caso de los 'gamers' más populares. *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 6: 197-224.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, L.; LÓPEZ CHÁVEZ, J. & PADILLA DE LA TORRE, M. R. (2014) Léxico disponible entre jóvenes y adultos sobre tecnologías de la información y comunicación y ciberlenguaje. *Investigium IRE: Ciencias Sociales y Humanas*, V (1): 113-128.

RODRÍGUEZ HAUSCHILD, V. M. M. (2014). Las redes sociales y su incidencia en la sociedad actual. *Aequitas*, 8: 139-158.

ROLDÁN PÉREZ, A. (2003). Comunicación y eufemismo: patología de la propiedad lingüística. *Revista de investigación lingüística*, 2: 85-106.

ROMAINE, S. (1996). *El lenguaje en la sociedad: Una introducción a la sociolingüística*. Barcelona: Ariel.

SÁNCHEZ GARCÍA, F. J. (2018). Los marcos conceptuales de la interdicción política: tabúes y eufemismos persuasivos en España después del 15-M. *Tonos digital: Revista de estudios filológicos*, 5: 1-24.

SENABRE, R. (1971). El eufemismo como fenómeno lingüístico. *Boletín de la Real Academia Española*, 51: 175-189.

SUÁREZ RODRÍGUEZ (2007). Una mirada sociopragmática a las fórmulas de tratamiento entre niños escolares. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 11: 105-118.

UDENZE, S. (2020). Emoji and nonverbal communication: an examination of social networking sites. *Etkileşim*, 6: 36-49.