

# MARÍA LUCÍA CARRILLO EXPÓSITO

## IDEOLOGÍA Y TERMINOLOGÍA: ESTRATEGIAS DISCURSIVAS EN LA PRENSA ESPAÑOLA EN TORNO A LA REPRESENTACIÓN DE LA TRANSFOBIA

Università degli Studi di Napoli L'Orientale

### Resumen

El presente trabajo estudia la voz *transfobia* y, en particular, sus derivados *tránfobo/a*, *tránfóbico/a*, como tendencia léxica en los titulares que dieron eco a la campaña de *HazteOír* en 2017 en cuatro periódicos digitales españoles de ideología contrapuesta. Se plantea una doble hipótesis: primero, se propone la unidad léxica *transfobia* paradigmática en el lenguaje periodístico por su profunda capacidad de síntesis morfosintáctico y conceptual y, por tanto, de elevada productividad en el discurso periodístico y, por otro lado, se plantea que los periódicos usan el término *transfobia* en función de su ideología. Metodológicamente combinamos el enfoque cuantitativo e interpretativo valiéndonos de los instrumentos metodológicos del Análisis Crítico del Discurso.

palabras clave: España, lenguaje periodístico, ideología, terminología, transexual

### Abstract

**Terminology and ideology: discursive strategies around the representation of transphobia**

*The paper aims to study the term transphobia as a lexical trend in the language of the mass media. An interpretive analysis of the term is offered in the headlines of four Spanish digital newspapers of opposite ideology that report on the HazteOír campaign in Spain in 2017. The hypothesis is formulated in two ways: it is proposed that the transphobia lexical unit is transferred as a paradigm in the written mass media for its synthetic potential; those newspapers use the term transphobia based on the ideology of the newspaper. Methodologically we combine the quantitative and interpretive approach, using the methodological instruments of Critical Discourse Analysis.*

keywords: Spain, journalistic language, ideology, terminology, transgender

## I. Introducción

La transexualidad, como identidad de género, se entiende y se acepta con cierta dilación en el conjunto de la sociedad. Pese a la mayor sensibilización de la sociedad y al reconocimiento de los derechos, el colectivo sigue siendo objeto de discriminación, rechazo y violencia. Así lo refleja el Eurobarómetro de la Unión Europea<sup>1</sup> que, para 2019, registra el 53% en referencia a la percepción sobre la discriminación por identidad sexual. En España, para el mismo año, se cifra en el 58%.

Hoy los actos discriminatorios y de violencia hacia las personas integrantes del colectivo acaban siendo denunciadas por ellas mismas, por la sociedad civil y por los actores sociales. Denuncias ampliamente trasladadas y propagadas en los medios de comunicación como acciones agraviosas:

- (1) *Dos agresiones homófobas en la semana del “repunte de la intolerancia”* (*publico.es*, 03/03/2017)
- (2) *Denuncian una agresión a una mujer transexual en Barcelona* (*abc.es*, 25/04/2017)
- (3) *El 71% de los jóvenes transexuales de Canarias han sufrido conflictos por serlo* (*eldiario.es*, 07/06/2017)

Esta sensibilización ha calado en las administraciones que recogen las demandas del colectivo y reconocen la necesidad de impulsar, crear y activar instrumentos legislativos a diferentes niveles: constitucional, civil, penal, laboral, administrativo, sanitario. España dispone de un plano jurídico de textos específicos que preservan los derechos del colectivo trans. Se contempla, asimismo, la situación de los transexuales menores de edad en el ámbito sanitario y educativo. La Ley de Andalucía<sup>2</sup> es una de las pioneras por mencionar a los menores transexuales en su art. 19 en el que expresa el derecho de autodeterminación sexual. Junto a la Ley 2/14 de Andalucía, otros textos en España son: la Ley 3/2007 del 15 de marzo (a nivel nacional); la ley Foral 12/2009 de Navarra; la Ley 14/2012 del País Vasco; la ley 2/2009 de Andalucía; la Ley 8/2014 de Canarias; la ley 8/2017 de la Comunitat Valenciana; la Ley 2/2014 de Galicia (de carácter más general); la Ley 11/2014 de Cataluña (dirigida al colectivo LGTBI).

Tales conquistas del colectivo transexual a nivel jurídico y social no han dejado indiferentes a ciertos sectores conservadores de la sociedad, posición que también

1 <[ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs\\_493\\_data\\_fact\\_lgbti\\_eu\\_en-1.pdf](http://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs_493_data_fact_lgbti_eu_en-1.pdf)>

2 La Ley 2/2014, de 8 de julio, integral para la no discriminación por motivos de identidad de género y reconocimiento de los derechos de las personas transexuales de Andalucía.

reflejan los medios:

(4) *Hazte Oír denuncia las “leyes de adoctrinamiento LGTB”*

El presidente de la plataforma Hazte Oír, Ignacio Arsuaga, ha querido denunciar las “leyes de adoctrinamiento LGTB” que se han aprobado en varias comunidades autónomas para “imponer a los niños la diversidad sexual, vulnerando la libertad” (*abc.es*, 28/02/2017)

Las distintas posiciones ideológicas frente a la cuestión del derecho a la autodeterminación sexual han incitado al conflicto y la conformación de dos grupos bien definidos que, durante la campaña de *Hazte Oír* de 2017, han expresado una flagrante polarización. Desde este conflicto han surgido fenómenos lingüísticos interesantes que han contribuido a impulsar el presente estudio.

## 2. Presentación del contexto y metodología

El “hecho” en torno al cual se erige el análisis del presente trabajo alude a la polémica campaña del grupo *Hazte Oír*<sup>3</sup> que arranca a principios de 2017 en Madrid. La campaña consistía en hacer circular un autobús de color naranja de grandes dimensiones por las calles de las principales ciudades de España con los siguientes mensajes: “Los niños tienen pene. Las niñas tienen vulva. Que no te engañen”. La noticia salta a los medios de comunicación españoles a finales de febrero y permanece hasta terminar el año, registrando mayor incidencia entre los meses de febrero y junio.

Simultáneamente, se comienza a advertir con cierta frecuencia en los medios de comunicación españoles la presencia del término *transfobia*, *tránsfobola* o *transfóbica*. Presumiblemente, fue este el motivo por el que, a principios de marzo, la fundación *Fundéu* publicó en su web una entrada al respecto titulada *trans*, *acortamiento válido de transexual y transgénero* (*Fundéu*, 02/03/2017).

---

<sup>3</sup> El grupo *HazteOír* se define en su página web oficial como una asociación civil de ámbito nacional que forma parte de otra organización transnacional llamada *CitizenGo*, cuya misión es la de defender y promover la vida, la familia y la libertad: “una comunidad de ciudadanos que se reúne con la finalidad de facultar e impulsar su participación en la vida pública de sus países y en el ámbito internacional” <<https://www.citizenngo.org/hazteoir/conocenos>>. Cornejo-Valle y Pichardo (2017) describe el grupo como una organización ultraconservadora, es decir, “actores sociales alineados con los partidos de extrema derecha en la Unión Europea, donde se han establecido alianzas electorales transnacionales caracterizadas por el discurso abiertamente xenófobo y la nostalgia del fascismo y el nazismo” (2019: 4), estrechamente ligada con la Iglesia Católica y “recientemente vinculada a la organización paramilitar mexicana ‘El Yunque’” (2019: 2).

La relativa preponderancia de los términos aludidos en los medios de comunicación ha sido corroborada en el examen cuantitativo de esta investigación<sup>4</sup>. Estos datos nos llevan a centrar el objeto de estudio en el análisis interpretativo de los titulares y subtítulos de los textos periodísticos, con la finalidad de observar la gestión de estas palabras en la transmisión de una misma realidad. Para tal fin, nos servimos de los presupuestos planteados por van Dijk (1996, 1999, 2003a, 2003b 2005 y 2016) y Fuentes Rodríguez (2017 [2000], 2013) para abordar el Análisis del Discurso; para el trabajo del neologismo empleamos como referencia los estudios de Cabré (1993), Cabré, Bayá, Bernal, Freixa (2002), así como la consulta de la plataforma BOBNEO del Observatori de Neologia del Instituto Universitario de Lingüística Aplicada de la Universidad Pompeu Fabra.

La hipótesis plantea que el discurso de los titulares admite la inclusión de los términos en examen en función de la línea del editorial que rige el medio. La preferencia u omisión de *transfobia*, de sus derivados o su sustitución por otras palabras constituyen un indicador que define las actitudes e ideología del grupo de pertenencia del periódico, evidenciando, más si cabe, la polarización de los grupos.

Los textos que conforman el corpus proceden de cuatro periódicos digitales españoles, *elmundo.es*, *abc.es*, *publico.es* y *eldiario.es*<sup>5</sup>, de mayor audiencia en 2017 (según comScore<sup>6</sup>). Se escogen los primeros tres diarios de perfiles ideológicos contrapuestos desde el *ranking* publicado en la web de *Acceso 360*<sup>7</sup>, junto al periódico *Público*. El modo en que se financian los medios seleccionados es otro criterio que consideramos, pues, que como se sabe, es un parámetro que compromete significativamente la autonomía del periódico a la hora de elaborar la información. De modo que los periódicos de perfil conservador –*El Mundo* y *ABC*– coinciden también por formar parte de grupos económicos más amplios<sup>8</sup>,

4 En el apartado 3 del presente trabajo se expresa el análisis cuantitativo llevado a cabo en materia.

5 En adelante responden respectivamente a los acrónimos *EM*, *ABC*, *P* y *ED* en los ejemplos presentados.

6 comScore es una empresa de investigación estadounidense dedicada al *marketing* cuya principal función es la de medir las audiencias en Medios Digitales <[www.comscore.com/lat/Sobre-Comscore](http://www.comscore.com/lat/Sobre-Comscore)>

7 Fuente: Acceso 360 <[www.acceso360.com/audiencias-online/](http://www.acceso360.com/audiencias-online/)>

8 El rotativo *El Mundo* define su línea editorial como liberal. Perteneció al grupo económico Unión Editorial, que está controlado en un 96% por el grupo italiano RCS MediaGroup. Es habitualmente crítico con la izquierda y los nacionalismos periféricos. Entre sus columnistas existe una notable heterogeneidad y eclecticismo: algunos se decantan hacia una postura más conservadora y cercana a la tendencia de *La Razón* y el *ABC*, mientras que otros mantienen una posición editorial un poco menos conservadora. En definitiva, expresa un perfil ideológico instalado en el centro derecha o el centro liberal (Almirón 2006: 25). El diario *ABC* se autodefine conservador, monárquico y católico

frente a los periódicos de corte progresista –*Público* y *El Diario*– que son autofinanciados<sup>9</sup> prácticamente en su totalidad. Este último criterio nos lleva a declinar el examen de los titulares del periódico *El País* y *El Periódico*, presentes en la lista de los diarios digitales más leídos e ideológicamente posicionados en el centro-izquierda<sup>10</sup> –por tanto, más cercanos ideológicamente a *Público* y *El Diario*– en cuanto forman parte de grupos económicos más amplios: *El País* pertenece al mayor grupo español multimedia de contenidos informativos, Grupo Prisa, vinculado a ejercicios comerciales y empresariales y, en consecuencia, sujeto a intereses que, a nuestro juicio, alteran la absoluta independencia del medio. Mientras que *El Periódico* pertenece al grupo Prensa Ibérica S.L.<sup>11</sup>.

Se han recabado un total de 377 piezas periodísticas para el análisis de sus titulares y subtítulos. Procedemos al análisis de los titulares porque tienen la función de anticipar la información que presenta el texto que le sigue de manera sintética, contribuyendo a crear un marco semántico instalado en una “macroestructura”, en la terminología de van Dijk (2005: 22), que facilita la interpretación del mismo titular. Además de informar, el titular debe ser atractivo al lector, pues su misión es la de despertar y mantener el interés del usuario para que siga leyendo la noticia. Es por ello que el neologismo se convierte en un interesante aliado para alcanzar esta finalidad que aparece materializado en el “efecto sorpresa” que genera la voz nueva en el sistema cognitivo del lector (Lavale-Ortiz 2019: 204).

Asimismo, mediante el examen del titular podemos percibir e interpretar la opinión que subyace. El titular reúne el sentido del contenido posterior, el titular reinterpreta, orienta, define y representa su sentido final. Es por ello que la elec-

---

(Pizarroso Quintero, A. 2010, López de Maturana Diéguez 2005). La editorial del periódico, Prensa Española, se fusiona con Correo, dando lugar en 2001 a un nuevo *holding* de la comunicación española (Gómez 2001).

9 El periódico *público.es* se define como un medio alejado de clichés ideológicos y de intereses comerciales y empresariales. Se reivindica como medio de espíritu progresista. Asegura, asimismo, que el 95% de los ingresos de la empresa proceden de la publicidad, razón por la que se describe como un medio libre y crítico, y garantiza la elaboración de información independiente y rigurosa <[www.publico.es/pages/quienes.html](http://www.publico.es/pages/quienes.html)>. El periódico *eldiario.es* es un medio de comunicación digital que se financia a través de los subscriptores y socios, es por ello que se declara libre y transparente. La línea editorial está posicionada en la izquierda ideológica y está dirigida hacia un público objetivo de izquierda, joven y con formación académica.

10 Political Watch <[www.politicalwatch.es/blog/political-watch-publica-primer-media-bias-chart-espana-2021](http://www.politicalwatch.es/blog/political-watch-publica-primer-media-bias-chart-espana-2021)>

11 Fuente: <[www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/20160311/familia-lara-compra-575-periodico-catalunya-asensio-toma-51-noticia-689401629000/](http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/20160311/familia-lara-compra-575-periodico-catalunya-asensio-toma-51-noticia-689401629000/)>

ción de ciertos enunciados en los titulares corresponde a motivaciones ideológicas (van Dijk 1996: 47). Por todo lo anterior, podemos considerar el titular como un texto autónomo que encabezan las noticias de la prensa (Zorrilla Barroso 1996).

El estudio abarca el arco temporal del año 2017. La adopción de una metodología sistemática que respeta la cronología de las publicaciones nos ha permitido observar el comportamiento que asumen los titulares del corpus en la progresión temporal con respecto al uso de las palabras objeto de este estudio.

### 2.1. Marco teórico

La primera parte del trabajo se ocupa del estudio de la palabra *transfobia* y sus derivados. Su principal objetivo es el de deducir su carácter de neologismo y su utilización en base a la elevada facultad de síntesis tanto a nivel conceptual como morfosintáctico, rasgos que son interesantes en el discurso periodístico. Seguimos, por tanto, los cuatro criterios centrales, no excluyentes entre sí, que manejan los estudios de la neología para identificar las unidades léxicas neológicas (Cabré 1993: 445; Cabré *et al.* 2002: 33): el criterio diacrónico o cronológico, criterio que se refiere a su reciente aparición en el panorama sociolingüístico; el criterio lexicográfico, que alude al registro de la unidad léxica en los diccionarios normativos; el criterio psicológico, que concierne a los hablantes y a su percepción de la unidad léxica como novedosa; y finalmente, el criterio de la inestabilidad sistemática, desde el cual se le otorga cualidad neológica a una unidad léxica por presentar signos de vacilación formal (morfológicos, ortográficos o fonéticos) y/o semántica (vacilación o imprecisión de su significado), característica que verifica su poca consolidación en la lengua. Si es verdad que dichos criterios han seguido una revisión crítica que incluye modificaciones y la incorporación de otros nuevos (Estornell Pons 2009; Vega Moreno, Llopart Saumell 2017; Vega Moreno, Díaz Hormigo 2018), para el presente estudio atendemos a los cuatro criterios base que, a nuestro juicio, contemplan y cubren satisfactoriamente nuestro objetivo.

### 3. Transfobia

En terminología, palabras como *transfobia* son clasificadas como términos compuestos con unión ortográfica (Kocourek 1982; Corpas Pastor 1996; Štekauer, Valera, Kórtvélyessy 2012). En la clasificación de Val Álvaro (1999: 4760 en Méndez Santos 2011: 304), estos términos son compuestos propios cuya carac-

terística principal reside en la participación de al menos dos palabras, unidas ortográficamente de manera directa, completa o fusionada, con el resultado de una sola palabra que entraña un alto grado de lexicalización y fuerte cohesión semántica (Lang 2002:101 en Méndez Santos 2011: 304). Interesa de esta tipología de unidades su facultad de crear nuevas combinaciones que favorecen extensiones léxicas y terminológicas (Cabré 1993; Baldwin, Kim 2010). Al descomponer *transfobia* obtenemos por un lado *fobia* y por otro *trans*:

[...] formado por composición culta del elemento trans- acortamiento de transexual (formado con trans-, prefijo latino que significa al otro lado de o a través de y sexual: “adj. Dicho de una persona: Que se siente del sexo contrario, y adopta sus atuendos y comportamientos. U. t. c. s.”) y del elemento compositivo del latín científico -phobia, y este del griego -φοβία, aversión o rechazo (Guerrero Ramos, Pérez Lagos 2020: 153-154).

Efectivamente, *trans* se presenta en los diccionarios normativos consultados<sup>12</sup> como prefijo que significa “al otro lado de” o “a través de” o “paso al lado opuesto o situación en el lado opuesto”, como en el caso de *transalpino*, “Dicho de un lugar que está situado al otro lado de los Alpes”<sup>13</sup> o *transatlántico*, “Dicho de una región situada al otro lado del Atlántico: Perteneciente o relativo a una región transatlántica; Dicho del tráfico o de un medio de locomoción que atraviesa el Atlántico; Buque de grandes dimensiones destinado a hacer la travesía del Atlántico, o de otro gran mar”<sup>14</sup>. En cambio, en ningún caso se ofrece alguna referencia expresa de *trans* para la persona.

En relación con la composición con temas cultos, Cabré identifica este tipo de neologismos como neónimos (1993: 447), vinculados al ámbito especializado y propios del discurso especializado. Sin embargo, tales neologismos soportan un proceso de vulgarización (Méndez Santos 2011) o de banalización (Guerrero Ramos, Pérez Lagos 2009, 2011) al trasladarse al texto periodístico, clasificado de divulgativo o banalizado (Ciapuscio 2003) y cuya característica principal consiste en su bajo nivel de especialización. Con todo, este tipo de formación es considerado por diversos autores como un mecanismo de palabras vinculadas al préstamo,

12 *Diccionario de la Real Academia Española* (2014), 23ª edición, Madrid, Espasa Calpe; *Diccionario María Moliner* (2016), 4ª edición, Barcelona, Gredos; *Diccionario del Español Actual* de Manuel Seco, Olimpia Andrés y Gabino Ramos (2011), 2ª edición actualizada, Madrid, Lexicología Aguilar.

13 DLE en línea <[www.dle.rae.es/transalpino?m=form](http://www.dle.rae.es/transalpino?m=form)>

14 DLE en línea <[www.dle.rae.es/transatl%C3%A1ntico?m=form](http://www.dle.rae.es/transatl%C3%A1ntico?m=form)>

la sufijación y la prefijación sumamente productivo por su capacidad lexicogenética (Sanmartín Sáez 2019: 67).

En la lengua general se conocen diversas formas para designar la persona *transsexual* como *travesti*, *trans*, *transsexual*, *transgénero*, *drag* y otros más vulgares que, en muchos casos, son ofensivos. La opción de emplear uno u otro apelativo depende, en gran parte, de la perspectiva sociocognitiva que el hablante confiere a la palabra o al término (Temmerman 2000) o, en su caso, la elección dependerá de la tipología del receptor o receptores al que va dirigido el discurso. Con arreglo de lo expuesto, formaciones asociativas que actúan a nivel nacional español, en este caso tomamos como referencia la Asociación Algarabía<sup>15</sup>, toman cartas en el asunto y deciden dar una definición propia para las personas de esta condición:

Trans o trans\*: un término paraguas, general e inclusivo, que engloba a aquellas personas cuya identidad de género y/o expresión de género es diferente de las expectativas culturales basadas en el sexo que se les asignó al nacer. Incluye personas *transsexuales*, *transgéneros*, *genderqueer/queergéneros*, *con expresión de género diverso y otras variaciones de género*. Trans con un asterisco hace hincapié en la diversidad a la hora concebir el cuerpo, la identidad y las vivencias que van más allá de las normas sociales. Son términos que tienen en común ser autoelegidos por las propias personas, frente a los términos que provienen del ámbito de la medicina<sup>16</sup>.

Desde la perspectiva de la lengua, como ya se hizo mención, la *Fundéu* explica que la forma *trans* es un acortamiento válido de los adjetivos *transsexual* y *transgénero* (*Fundéu*, 03/02/2017).

En definitiva, y a pesar de no figurar en los diccionarios con el significado interesado (persona), *trans* convive como una palabra totalmente normalizada en la calle y en los medios de comunicación, asociada a una persona transsexual/transgénero. Este presupuesto permite establecer que la forma *trans* se encuentra plenamente instalada en los esquemas mentales de los hablantes (conocimiento

15 El portal para la solidaridad y voluntariado de la Universidad de La Laguna define Algarabía como una asociación sin ánimo de lucro desde 2004 que trabaja en el ámbito de la reivindicación de los derechos de lesbianas, gais, transsexuales y bisexuales. Se describe como una asociación activa en la consecución de derechos LGBTI y la lucha contra la LGBTIfobia. Mantiene desde 2009 el programa “RED EDUCA” amparado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, que tiene como objetivo la educación como principal línea de trabajo a la hora de combatir la LGTBfobia en la sociedad. <[www.ull.es/portal/espacio-solidaridad-voluntariado/2019/09/26/asociacion-lgbti-de-canarias-algarabia/](http://www.ull.es/portal/espacio-solidaridad-voluntariado/2019/09/26/asociacion-lgbti-de-canarias-algarabia/)>.

16 Algarabía <[www.algarabiatfe.org/www/terminologia-trans/](http://www.algarabiatfe.org/www/terminologia-trans/)>

enciclopédico). En este sentido, el criterio psicológico acerca de la percepción de unidad léxica novedosa queda invalidado. La cuestión se hace interesante cuando *trans* va completado con *fobia* (*transfobia*) y su uso en el discurso de los periódicos, entendido como práctica social (Fairclough 1992, 2003; van Dijk 2000), nos revela si este compuesto está aceptado sin ningún tipo de recelo a nivel de las creencias; aspecto que desarrollamos más adelante en la sección del análisis crítico del discurso de los titulares.

Desde los criterios propios de la lexicografía, es decir, si está recogida en los diccionarios normativos, *transfobia* aparece únicamente en el *Diccionario Actual de la Lengua* (2011). En él se incluyen, además, las voces de *transfobia*, *transfóbico* *-ca* y *tránsfobo* *-ba*, circunstancia que nos lleva a invalidar su candidatura a neologismo. No obstante, creemos necesario destacar que el mismo diccionario advierte entre paréntesis de que su uso es *raro*.

Desde el punto de vista del criterio diacrónico, la formación de palabras compuestas con el elemento compositivo *-fobia* no es ninguna novedad en la prensa española. Según los registros verificados en la base de datos BOBNEO, se inscribe *Islamofobia* en el año 2002 y *homofobia* cuenta con un primer registro en 1998. *Transfobia* se registra desde el 2006 (15 años) con 20 fichas, siendo las últimas 4 registradas en el 2016 y dos para el 2017, hasta el momento de este estudio. Para la palabra *turismofobia* el resultado de BOBNEO es más significativo por el carácter novedoso de la palabra, pues recoge 19 fichas de las cuales 17 están registradas para el 2017.

Respecto al criterio de la inestabilidad sistemática o formal, hemos constatado en nuestro corpus una manifiesta vacilación a la hora de tildar la palabra *tránsfobola*. Nuestro corpus presenta *tránsfobo* y *transfobo* indiferentemente en los textos, reflejando una inestabilidad sistemática a nivel gráfico.

Tras este breve análisis, llegamos a la conclusión de que es difícil definir categóricamente el carácter de neologismo de la palabra *transfobia* y sus derivados ya que, como se ha observado, no llega a ajustarse a todos los parámetros desplegados.

### 3.1 *Transfobia en el lenguaje periodístico*

La presencia persistente en los medios de comunicación de las unidades léxicas en estudio resulta del todo interesante ya que refleja su instalación en el tejido social con gran probabilidad de trasladar y moldear las conductas lingüísticas. En este apartado nos dedicamos a examinar el valor significativo y la rentabilidad de los términos en estudio en el lenguaje periodístico.

Se advierte en las palabras construidas con *fobia* un equilibrio singular y regular, ya que ambas partes poseen análoga carga conceptual. Esta circunstancia emerge en virtud de que cada segmento goza de autonomía de significado y funcionalidad y puede aparecer en los textos de manera separada, por ejemplo, “en los centros educativos hay lavabos para los alumnos trans” o “tengo fobia a las arañas”. Otros ejemplos de términos compuestos con *-fobia* son *catalanofobia*, *homofobia*, *turismofofia*, *islamofobia*, *LGTBIfofia*. A nuestro juicio, esta característica confiere al término compuesto una categoría relevante en el lenguaje periodístico, ya que están formadas a partir de bases léxicas transparentes que participan en la lengua general y actual. Los productores de textos aprovechan este rasgo que, a su vez, les garantiza la transparencia conceptual. Por tanto, coincidimos con Méndez Santos en que este tipo de composición es sumamente productivo en el lenguaje periodístico (2011: 329-330), de ahí que distingamos estas conformaciones como paradigmáticas en el discurso periodístico, en virtud de su profunda capacidad de síntesis morfosintáctica y conceptual.

### 3.2 *Transfobia en el discurso periodístico*

El presente apartado tiene como objeto observar si todos los periódicos bajo examen se benefician de las características de rentabilidad de *transfobia*, mencionadas *supra*, conducta que quedaría acreditada en el uso sin recelos del término en sus textos. Desde este presupuesto se desenvuelve la segunda parte de la hipótesis del presente estudio que se asienta en la preferencia, o menos, de incluir el término *transfobia* en los titulares de los periódicos según la ideología que rige el editorial.

El concepto de discurso es entendido y definido como una práctica social (Fairclough 1992, 2003; van Dijk 2000) y, desde esa convicción, se inician y se justifican los análisis discursivos como análisis sociales. Bajo esta perspectiva teórica, se concibe el discurso como un signo de acción social que implica las creencias e ideologías de los distintos grupos que conforman la polarización.

Con respecto a las ideologías, van Dijk (2005: 313-314) declara que la variedad de la narrativa de los acontecimientos en los periódicos queda sometida a los distintos planos o estrategias discursivas propias de la ideología de grupo al que pertenece el periodista, o cuanto menos, de la ideología que el profesional asume en cuanto empleado de la empresa. En el proceso de la creación discursiva, el enunciador es reconocido como evaluador de una determinada situación y en ella interviene su subjetividad (modalidad), reflejada en la construcción de un texto controlado y reformulado desde su enunciación, principalmente, por necesidad

de adecuarlo a lo que el receptor necesita saber (Fuentes Rodríguez [2000] 2017; Fuentes Rodríguez, Alcaide Lara 2002) y, aplicado a nuestro caso, a lo que el lector espera del periódico que lee habitualmente (Carrillo 2020). Consecuentemente, los creadores de los textos se valen de un marco para dar sentido a la realidad promovida por ciertas metáforas conceptuales cuyo significado es compartido por la sociedad, en términos de Lakoff (2007) y Lakoff y Johnson (1995), y que subyacen en las principales ideologías políticas (conservadora y progresista). Tal marco tiene la función de simplificar la realidad y favorecer la asimilación de aquella realidad que se promociona, además de procurar mantener despierto el interés de los lectores (Valkengurg, Semetko, De Vreese 1999: 550-69). En este sentido, desde el enfoque socio-ideológico discursivo, la ideología no solo determina nuestra manera de hablar, sino que, además, le otorga una función concreta a nuestras palabras como advierte Reboul (1986):

[...] confiere a las palabras no solo un sentido, sino también un poder; un poder de persuasión, de convocatoria, de consagración, de estigmatización y de rechazo. Opera en términos de grupos sociales, son construidas, utilizadas y cambiadas por los actores sociales (como miembros de un grupo) en prácticas sociales específicas y, frecuentemente, discursivas (1986:12).

Entman (1993: 51-58) señala que la repetición de las palabras o de un grupo de palabras sugiere orientaciones interpretativas diversas. Es un planteamiento que enlaza con la propuesta de Fuentes Rodríguez (2011: 39) para el ámbito de la (des)cortesía. La autora asegura que ciertos elementos lingüísticos dejan de ser relativos cuando se da la repetición en un texto. Por su lado, la colocación intencional de cierta información dentro de la distribución del enunciado o del texto o la conexión con determinados símbolos sociales y culturales son también maniobras empleadas por los periódicos para dar mayor o menor relieve a determinados aspectos de la realidad. Aunque también es cierto que una pequeña frase añadida al final de un escrito puede determinar la interpretación del mensaje con mayor intensidad que los recursos referidos (Entman 1993: 51-58).

Las convenciones del género periodístico informativo precisan de una persuasión implícita en determinados titulares y una ubicación concreta de los elementos léxicos a través de los cuales se intenta inducir al lector hacia determinados valores. Se limitan las expresiones que manifiestan claramente la postura política del diario, razón por la que el lenguaje en este tipo de textos se carga de connotaciones y referencias implícitas para sugerir una toma de postura ideológica de manera no flagrante (Escribano 2007: 66). En cambio, los géneros de opinión

están caracterizados por contener interpretación de los hechos de forma explícita. En todo caso y en ambas tipologías, los textos se ven sometidos a un proceso de reformulación y adaptación del discurso que imposibilita a los periódicos reflejar totalmente la realidad. Van Dijk (2005) explica este fenómeno en virtud de la injerencia de los modelos mentales<sup>17</sup>, referidos en Lakoff (2007) como *frames*, que son evaluados como inevitables. La intrusión de estos modelos o *frames* en el texto condiciona significativamente la realidad que, por su lado, el periódico procurará exponer como la más veraz y objetiva. El estudio previo de los principios estratégicos globales permite ver en los titulares la intervención de un modelo mental del hecho o del conflicto, así como el modelo de contexto del acto comunicativo en curso, ambos no son más que los fundamentos que consienten expresar opiniones a los emisores (van Dijk 1996). Recordemos que el titular se revela “como un elemento ‘poderoso’, capaz de definir por sí mismo la tendencia ideológica de un medio de comunicación” (Oliva Marañón 2011: 29). Van Dijk refuerza esta idea especificando que la estructura formal del titular puede señalar las posiciones ideológicas con las que se advierte la polarización intragrupal-extragrupal de las ideologías. Una estrategia discursiva en la que se evidencian “Nuestras cosas buenas” frente a “Sus cosas malas” que tenderán a ser enfatizadas. En el orden inverso, se procurará mitigar “Nuestras cosas malas” y “Sus cosas buenas” (van Dijk 2005: 19). Igualmente, el mismo autor nos avisa de que los elementos léxicos contribuyen a conformar las estructuras semánticas del discurso que pueden conducir a expresar valores o normas y, por tanto, implementar el juicio de valor que establece la opinión (van Dijk 1996: 47).

#### 4. Resultados cuantitativos

El material empírico empleado en este trabajo se obtuvo recabando los textos conseguidos tras teclear las palabras claves –“Hazte Oír”, “autobús”, “trans”, “LGTBI”, “*transfobia*”, “*tránsfobol/a*”, “*tránsfóbic/a*”– en los buscadores de las páginas de los periódicos. El resultado nos llevó a sumar 377 textos. El siguiente paso fue filtrar los titulares y subtítulos en los que aparecían los términos implicados en el estudio.

---

17 Los modelos mentales, en la teoría de van Dijk, son el elemento intermedio vital entre la ideología y el discurso. El modelo mental comparte opiniones específicas y personales derivadas de las opiniones o actitudes socialmente compartidas y de las experiencias y valoraciones propias (1996: 15). Este planteamiento enlaza de forma sustancial con la teoría de los marcos (*frames*) de Lakoff (2007), los conceptos mentales y la función que realizan las metáforas conceptuales en la comprensión del mundo desde las distintas perspectivas ideológicas.

La primera tabla que mostramos expresa la distribución de los términos en cuanto a la función que desempeñan dentro del titular, es decir, como sustantivos o como adjetivos especificativos:

ROTATIVO	Textos	Titulares y subtulares que incluyen			
		<i>Transfobia</i>	<i>Tránsfobo/a</i>	<i>Transfobo/a</i>	<i>Transfóbico/a</i>
<i>El Diario</i>	106	21	29	1	2
<i>Público</i>	44	3	12	0	3
<i>El Mundo</i>	86	2	0	2	1
<i>El ABC</i>	141	15	11	3	14
TOTAL	377				

Tabla 1: Distribución de los términos según el periódico (elaboración propia)

A primera vista se advierte una significativa diferencia cuantitativa en la utilización de *transfobia* y sus derivados en los titulares y subtulares de *eldiario.es* frente al resto de los rotativos examinados. Otra constatación interesante del análisis reside en la preferencia del adjetivo especificativo *transfóbico/a* del periódico conservador *ABC*, en comparación con los periódicos progresistas que optan por seguir las recomendaciones de la fundación *Fundéu*: “el adjetivo preferible es *tránsfobo*, aunque la forma *tránsfóbico* no es incorrecta” (*Fundéu*, 02/03/2017). Asimismo, cabe señalar que los periódicos conservadores son los que registran mayor número de oscilación gráfica en el término *tránsfobo/tránsfobo* como muestra la siguiente tabla:

ROTATIVO	<i>Tránsfobo</i>	<i>Transfobo</i>	<i>Tránsfoba</i>	<i>Transfoba</i>
<i>El Diario</i>	27	1	2	0
<i>Público</i>	9	0	3	0
<i>El Mundo</i>	0	2	0	0
<i>El ABC</i>	7	3	1	0

Tabla 2: Variación formal del término *tránsfobola* (elaboración propia)

En la siguiente tabla (3), se muestran los mismos resultados de la tabla 1, expresados en porcentajes que nos proporcionan una visión más definida y nos permiten manejar los datos con mayor claridad:

ROTATIVO	Titulares y subtulares con:				TOTAL
	<i>Transfobia</i>	<i>Tránsfobol/a</i>	<i>Transfobol/a</i>	<i>Transfóbicol/a</i>	
<i>El Diario</i>	19,8%	27,3%	0,9%	1,8%	50%
<i>Público</i>	6,8%	27,7%	0%	6,8%	41%
<i>El Mundo</i>	2,3%	0%	2,3%	1,1%	5,7%
<i>El ABC</i>	10,6%	7,8%	2,1%	9,9%	30,3%

Tabla 3. Expresión en porcentajes de la variación formal del término *tránsfobol/a* de la tabla 1 (elaboración propia)

Notamos en la tercera tabla que el rotativo *eldiario.com* alcanza un 50% de los términos interesados frente al 5,7% del que se sirve el periódico *elmundo.es*. Los porcentajes intermedios los registran *publico.es* (41%) y *abc.es* (30,3%). El relativo numeroso porcentaje (30,3%) resultado en el periódico conservador *abc.es* nos anima a perfeccionar el examen e individuar la colocación de los términos interesados dentro de los textos. Constatamos que las palabras *transfobia*, *tránsfoba*, *transfóbicol/a* no forman parte de ningún titular del periódico *abc.es*. En el mismo periódico encontramos solo un titular con *tránsfobo*. Para *eldiario.es* el término *transfobia* aparece en 7 titulares y *tránsfobo* hasta en 18 ocasiones.

Otro dato que nos ofrece el escrutinio cuantitativo reside en la mayor presencia de los adjetivos *tránsfobol/a*, *transfóbicol/a* en los titulares. Tal adjetivo responde al especificativo que, como se sabe, otorga una cualidad y, al mismo tiempo, restringe la extensión semántica del sustantivo. En los textos del corpus, estos adjetivos –*tránsfobol/a*, *transfóbicol/a*–, aparecen habitualmente acompañando las palabras *autobús*, *bus* o *mensaje*. De esta manera, la tipología de este adjetivo se hace imprescindible para captar el sentido completo del enunciado, revelándose como elemento indicador para el presente estudio.

## 5. Análisis de las estrategias lingüísticas y las dinámicas discursivas de los titulares seleccionados

El empleo profuso del adjetivo especificativo en los titulares de *eldiario.es* nos lleva a verificar la tendencia del periódico a comunicar desaprobación. Denotamos, desde las primeras publicaciones, la inclinación hacia el rechazo y la denuncia instaurada en los titulares. El rotativo en cuestión incluye sin reservas el adjetivo *tránsfobo* para referirse al mensaje o al autobús de *HazteOír* desde el mismo día que este vehículo comenzó a circular:

(5) *Un autobús de HazteOír recorre Madrid con el mensaje transfobo “los niños tienen pene y las niñas tienen vulva”* (ED, 27/02/2017)

y se mantiene de manera reiterativa y casi siempre en tono de denuncia:

(6) *Un autobús de HazteOír recorre Madrid con el mensaje transfobo “los niños tienen pene y las niñas tienen vulva”* (ED, 27/02/2017)

(7) *Quiénes son HazteOír, los ultracatólicos que han lanzado el bus transfobo* (ED, 28/02/2017)

(8) *El autobús transfobo de HazteOír permanece retenido en una nave de Madrid* (ED, 01/03/2017)

(9) *Los obispos transfobos que han dado alas a los ultracatólicos* (ED, 04/03/2017)

(10) *HazteOír coloca un nuevo mensaje transfobo en su autobús para llevarlo a Barcelona* (ED, 16/03/2017)

(11) *El eurodiputado sancionado por hablar de “inferioridad femenina” sale en defensa del bus transfobo de HazteOír* (ED, 22/03/2017)

El predominio en el uso de tales fórmulas en *eldiario.es* nos lleva a colegir que este periódico progresista se posiciona en el polo del grupo de personas que se sienten agredidas por los mensajes que difunde *HazteOír*: son *transfobos* y, por extensión, lo son también aquellos que se posicionan del lado del autobús, a saber, algunos obispos (ejemplo 9) y ciertos políticos (ejemplo 11).

Al lado opuesto, se halla *elmundo.es* en el que se observan frecuencias significativamente menores de estas unidades léxicas (el 5,7% en sus textos).

En los primeros momentos, el periódico *elmundo.es* considera el autobús, a lo sumo, polémico:

(12) *El polémico autobús de HazteOír que recorre España: “Los niños tienen pene y las niñas vulva”* (EM, 28/02/2017)

La prudencia a la hora de definir y clasificar el autobús se refleja igualmente en los otros periódicos examinados, especialmente en los primeros momentos de la campaña. El léxico empleado tiende a la mesura con la presumible intención de evitar posicionamientos manifiestos en los momentos más tempranos del conflicto:

(13) *La Policía Municipal de Madrid inmoviliza el autobús de HazteOír* (P, 28/02/2017)

(14) *Barcelona paralizará el bus de HazteOír y avisa de multas de 3.000 euros* (EM, 28/02/2017)

Destacamos la ausencia de adjetivos valorativos a la derecha o a la izquierda del sustantivo *autobús* que, para entonces, es referenciado meramente como perteneciente a la *organización HazteOír* (48 veces encontrado en el corpus de *abc.es*; 17 en *elmundo.es*; 12 en *publico.es* y 10 en *eldiario.es*)

Observamos que la línea que toman los periódicos de *elmundo.es* y *abc.es* para referirse al autobús es menos categórica. Se escoge para sus titulares la discreción, la prudencia frente al conflicto para después inclinarse por justificar la campaña, como se verá más adelante. Hasta entonces, la propensión se orienta hacia la aplicación de otras fórmulas lexicales que, en ocasiones, trasgreden el principio de economía del lenguaje. Las unidades léxicas usadas son más largas y más articuladas, como se muestra en los ejemplos:

- (15) *LGTB convoca una protesta por la llegada a Valencia del autobús antitranssexualidad* (EM, 28/02/2017)
- (16) *La hija de los Clinton opina sobre el autobús «antitranssexualidad» de HazteOír* (ABC, 02/03/2017)
- (17) *HazteOír denuncia a Carmena y sacará un nuevo bus «antitranssexualidad»* (ABC, 08/03/2017)

Se trata, por tanto, de fórmulas alternativas, palabras largas que suman dos sufijos como en el caso de *antitranssexualidad* y grupos de palabras que forman sintagmas del tipo “autobús contra los niños transexuales” o “contra la diversidad sexual”, “contra la transexualidad”:

- (18) *La Policía Municipal de Madrid inmoviliza el autobús contra los transexuales de HazteOír* (EM, 28/02/2017)
- (19) *Artolazabal, Vitoria y San Sebastián rechazan el autobús de HazteOir.org contra la diversidad sexual* (EM, 28/02/2017)
- (20) *PP ve “disparate” campaña contra menores transexuales* (ABC, 28/02/2017)

Según los criterios nucleares del lenguaje periodístico, tales fórmulas quedarían fuera del principio de economía, brevedad y concisión, en el empleo de palabras esenciales.

Asimismo, observamos en los periódicos conservadores la tardanza en incluir la palabra *tránsfobo* en un titular. En *elmundo.es* esta unidad léxica tardó tres días en aparecer desde la primera salida del autobús por las calles de Madrid y 22 días en el *abc.es*:

- (21) *Un juzgado prohíbe de forma cautelara la circulación del autobús transfobo de HazteOír* (EM, 02/03/2017)
- (22) *Una joven resulta herida en una protesta en Pamplona contra el autobús transfobo de HazteOír* (ABC, 21/03/2017)

En cambio, al periódico progresista *publico.es* le bastó un día para acomodar *transfobia* y *tránsfobo* en sus titulares:

- (23) *Varias ciudades españolas se movilizan contra el autobús tránsfobo de HazteOír* (P, 01/03/2017)
- (24) *El autobús de HazteOír atropella a una joven que protestaba contra su mensaje tránsfobo* (P, 21/03/2017)

En el siguiente titular de *elmundo.es* aparece el adjetivo *tránsfobo*, pero, como se denota, no alcanza el tono denunciador que acostumbra expresar los titulares de *eldiario.es*:

- (25) *Manifestación de HazteOír por la “libertad de expresión” tras la polémica del autobús tránsfobo, en directo* (EM, 12/03/2017)

Advertimos que la denuncia, en cambio, va orientada hacia otro terreno. Nos detenemos en la configuración del titular y en el cotexto. La proposición carece de verbo, por lo que no posee un sujeto de la acción. No obstante, se pone el foco de atención en la expresión “libertad de expresión” (encerrado entre comillas) frente al “hecho” polémico: la naturaleza del autobús (*tránsfobo*). La “libertad de expresión” es un concepto ampliamente aceptado en el siglo XXI en las sociedades del primer mundo, considerado derecho básico en la sociedad democrática. La selección léxica y la colocación de este sintagma se revela profundamente significativo dentro de la proposición del titular, pues ejerce una acción que orienta a la idea de que la organización queda alineada con los principios básicos de un estado democrático de derecho. El planteamiento que proponemos guarda relación con la teoría de los marcos de Lakoff (2007), cuando asevera que ninguna palabra es casual dentro de una proposición y que estas se construyen y se articulan en virtud de la concepción del mundo desarrollado en base a una moral básica (familiar) que cada grupo promueve. Desde esta hipótesis, el lingüista cognitivista explica el diseño de las políticas conservadoras y progresistas y sus habilidades para comunicar y reforzar el orden moral y social del mundo con el que se identifica el grupo. En nuestro caso, la disyuntiva se manifiesta entre la visión, el marco conceptual, del mundo del grupo HazteOír y sus equivalentes en los medios de comunicación conservadores, frente

a los de visión progresista y sus corresponsales en los periódicos. En suma, el titular (25) declara que el derecho fundamental a la libertad de expresión ha sido vulnerado por la “polémica” que ha desatado un autobús supuestamente ‘tránsfobo’. Es por ello que presumimos que el grupo ultracatólico no entiende ni tolera la presión social y mediática a la que se ve sometido con respecto a lo que ellos pueden considerar un ejercicio de expresión legítimo para reconducir, concienciar, ordenar la conducta; en resumidas cuentas, se trataría de un esfuerzo por encauzar la sociedad en los valores del sistema moral compartido por el grupo conservador. Se pone, por tanto, en la balanza dos conceptos principales en un estado de derecho: el derecho a la libertad de expresión frente al derecho por la dignidad de las personas, elementos que redundan en una mayor polarización (conservadores y progresistas) y, frente a tal situación, los grupos se ven obligados a argumentar posturas:

(26) Libertad de expresión o delito de odio

Los absolutistas de la libertad de expresión tienden a no considerar o apreciar plenamente el discurso de odio, probablemente porque la mayoría de ellos nunca se han sentido silenciados por el odio y la intolerancia sistemática (ED, 05/03/2017)

(27) La libertad de expresión se pone a prueba cuando lo que escuchas te disgusta (*La casa de HazteOír no merece la cárcel*, ED, 01/03/2017)

Desde la irrupción de la puesta en duda de la libertad de expresión, los medios de comunicación comienzan a posicionarse de manera menos ambigua frente al conflicto. Entra en escena el concepto del *delito de odio*, que aparece en repetidas ocasiones en los periódicos, a veces acomodado como adjetivo especificativo del autobús, implementando una ampliación del significado frente al adjetivo *tránsfobo*:

(28) AUTOBÚS DEL ODIO<sup>18</sup> (P, *El gobierno da largas a la retirada de la utilidad pública de Hazte Oír*, 03/03/2017)

(29) Cientos de ultras se manifiestan en Madrid en apoyo al autobús del odio de Hazte Oír (P, 12/03/2017)

(30) El ‘autobús del odio’ de HazteOír, inmovilizado en Madrid, no llegará a València (ED, 01/03/2017)

(31) Rechazo ante la llegada del “autobús del odio” de HazteOír a Valencia (ED, 28/02/2017)

(32) El ‘autobús del odio’ de Hazte Oír provoca escenas de tensión en el centro de Sevilla (P, 29/03/2017)

---

18 Se trata del antetítulo de la noticia.

El sintagma “autobús del odio” toma cierta notoriedad en los textos del corpus, relevándose como un elemento eficiente y de alta carga emocional. No obstante, los periódicos de corte derechista lo emplean significativamente menos. La unidad léxica odio como colocativo de “autobús” en los periódicos analizados queda representada de la siguiente manera:

ROTATIVO	Titulares y subtítulos con “autobús del odio”	TOTAL en ‰
<i>El Diario</i>	5	47‰
<i>Público</i>	7	159‰
<i>El Mundo</i>	1	11‰
<i>El ABC</i>	1	7‰

Tabla 4: Distribución en los titulares con sintagma “autobús del odio” (elaboración propia).

De hecho, se ha encontrado solo una vez en cada uno de los rotativos conservadores y, cuando se hace, esta unidad léxica remite a los miembros del grupo opuesto:

- (33) El autobús contra la dictadura de la igualdad de género (y de más cosas) de Hazte Oír y el Autobús del Odio de Podemos, que lleva pintadas las caras... (*Mis autobuses, ABC, 20/04/2017*)

O, al contrario, asocian la acusación con cierta valoración positiva, como ocurre en el siguiente titular de *elmundo.es*:

- (34) El “autobús del odio” hace que florezca el ingenio (*EM, 01/03/2017*)

En definitiva, desde el análisis desarrollado en estas páginas podemos afirmar y corroborar que cualquier conflicto generador de polarización en la sociedad queda evidenciado en los medios de comunicación, aunque sea de forma disimulada, velada, que en nuestro caso se presenta bajo la variación denominativa del concepto.

## 6. Conclusiones

El examen de los términos *transfobia*, *tránsfobola* y *transfóbica* en los periódicos seleccionados para el presente estudio, la confrontación y consulta de los diccio-

narios normativos, de la plataforma y observatorio de neologismos, nos lleva a definir, con cierta reserva, el carácter de neologismo de las unidades léxicas interesadas en el estudio.

Por otra parte, hemos considerado la alta efectividad comunicativa que promueven los términos con el elemento compositivo *-fobia*, llegando a ser trascendentales en el lenguaje periodístico. Entendemos que estas unidades léxicas pueden constituirse como formas paradigmáticas por su elevada capacidad de concisión e inteligibilidad, y, por tanto, esta naturaleza permite el cumplimiento de la primera hipótesis planteada para el trabajo, pese a que los resultados arrojados en el examen cuantitativo del estudio señalan que los periódicos *elmundo.es* y *abc.es* introducen escasamente las palabras *transfobia*, *tránsfobol/a* y *tránsfóbicol/a* en sus titulares. Este dato nos hace formular la otra pregunta con la que parte el estudio y nos confirma la segunda parte de la hipótesis planteada que daba cuenta de la ideología del periódico: el neologismo puede funcionar como un indicador que desvela la línea editorial del periódico.

Por su lado, el análisis de los periódicos de corte conservador nos revela al principio de la campaña una actitud más reservada frente al conflicto. Emplean fórmulas poco efectivas para el lenguaje periodístico, con expresiones como “antitranssexual”, “autobús contra los niños transexuales”; “contra la diversidad sexual”; “contra la transexualidad”; “contra los menores transexuales”. A nuestro juicio, estas elecciones léxicas responden a estrategias que atañen a la actividad persuasiva y a la retórica de las emociones que buscan satisfacer las condiciones cognitivas o emocionales propias de la actividad periodística y, con ello, conseguir un efecto determinado en el público (Abril Vargas 1999; Franco 2004). El hecho de que el concepto de *fobia* (aversión) quede amortiguado en la preposición *contra* hace suscitar un menor impacto al receptor y, por tanto, produce un menor efecto emocional en el lector habitual. Entendemos que la maniobra lingüística se instaura para encubrir, blanquear o restar importancia, denotándose cierto posicionamiento. Tal actitud frente al conflicto se verifica en la medida que los periódicos denuncian la vulneración de la “libertad de expresión”.

El análisis cuantitativo revela que *transfobia*, *tránsfobol/a* y *tránsfóbicol/a* son numerosos en *abc.es*, pero en ninguna ocasión aparecen en los titulares de sus noticias, manifestando el nulo interés por resaltar estas unidades léxicas en las partes más visivas de sus textos. Podemos presumir que ese desinterés se denota también en la inestabilidad gráfica de *tránsfobol/a*, advertida solo en los periódicos conservadores, que conjetura la indolencia por su uso esmerado.

Dicho panorama nos lleva a deducir que *transfobia* y sus derivados son términos que no se encuentran plenamente aceptados a nivel de creencias en el discurso

de los titulares de los periódicos de perfil conservador examinados, entendiendo el discurso como práctica social (Fairclough 1992, 2003; van Dijk 2000).

Finalmente, concluimos que, a pesar de que la composición constituida por *-fobia* y *-fobol/a* se revela como una de las parejas de elementos temáticos más rentables en el lenguaje periodístico por su capacidad de síntesis morfosintáctica y conceptual, que permite construir expresiones lingüísticas extremadamente económicas, su utilización en los titulares depende fuertemente de la línea ideológica política y empresarial del rotativo. Además, creemos que el comportamiento descrito se debe, asimismo y especialmente, al deseo del periódico por distinguirse de las otras líneas editoriales.

## Bibliografía citada

- ABRIL VARGAS, NATIVIDAD (1999), *Periodismo de opinión*, Madrid, Síntesis.
- ALMIRÓN, NÚRIA (2006), “Pluralismo en Internet: el caso de los diarios digitales españoles de información general sin referente impreso”, *Ámbitos*, 15: 9-31.
- BALDWIN, TIMOTHY; SU NAM, KIM (2010), *Multiword expressions*, en Nitin Indurkyhan; Fred J. Damerau (ed.) *Handbook of Natural Languages Processing*, Boca Raton, Chapman and Hall/CRC.: 267-92.
- BOBNEO, Banco de datos de los observatorios de neología. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, Observatori de Neologia. En línea: <bobneo.upf.edu/>.
- CABRÉ CASTELLVÍ, MARÍA TERESA (1993), *La terminología. Teoría, métodos, aplicaciones*, Barcelona, Empuries.
- CABRÉ CASTELLVÍ, MARÍA TERESA; BAYÁ, MARÍA ROSA; BERNAL, ELISENDA; FREIXA, JUDIT (2002), “Evaluación de la vitalidad de una lengua a través de la neología: a propósito de la neología espontánea y de la neología planificada”, *Lèxic i neologia*, eds. María Teresa Cabré; Judit Freixa; Elisabet Solé. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Observatori de Neologia: 159-201.
- CARRILLO EXPÓSITO, MARÍA LUCÍA (2020), “La Descortesía Encubierta en lo Políticamente Correcto en la Prensa Digital Española”, *Sociocultural Pragmatics: Soprag*, 8/2: 232-57.
- CIAPUSCIO, GUIOMAR E. (2003), *Textos especializados y terminología*, Barcelona, Institut Universitari de Lingüística Aplicada/Universitat Pompeu Fabra, Sèrie Monografies 6.
- CORNEJO-VALLE, MÓNICA; PICHARDO, J. IGNACIO (2017), “La ‘ideología de género’ fren-

- te a los derechos sexuales y reproductivos. El escenario español”, *Cadernos Pagu*, 50 [21.05.2022] <doi.org/10.1590/18094449201700500009>
- CORPAS PASTOR, GLORIA (1996), *Manual de Fraseología Española*, Madrid, Gredos, Biblioteca Románica Hispánica. Manuales, 76.
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2014), 23ª Edición, Madrid, Espasa Calpe.
- ENTMAN, ROBERT (1993), “Framing Toward Clarification of Fractured Paradigm”, *Journal of Communication*, 57: 163-73.
- ESCRIBANO, ASUNCIÓN (2007), “El discurso reproducido en las informaciones electorales”, *Análisi* 35, 65-82.
- ESTORNELL PONS, MARÍA (2009), *Neologismos en la prensa: Criterios para reconocer y caracterizar las unidades neológicas*, València, Universitat de València.
- FAIRCLOUGH, NORMAN (1992), *Discourse and social change*, Cambridge, Polity Press.
- FAIRCLOUGH, NORMAN (2003), *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*, Londres, Routledge.
- FRANCO, ANTONIO (2004), “El discurso periodístico a través de la lingüística textual”, *Journalistic Discourse Through Textual Linguistics*, 42, 77-100.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA (2011), “(Des)cortesía y violencia verbal: implicaciones lingüísticas y sociales”, *Aproximaciones a la (Des)Cortesía Verbal en Español*, eds. Catalina Fuentes Rodríguez; Esperanza Alcaide Lara; Ester Brenes Peña. Bern: Peter Lang, 27-64.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA (2013), “La gramática discursiva: niveles, unidades y planos de análisis”, *Cuadernos AISPI*, 2: 15-36.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA (2017) [2000], *Lingüística pragmática y Análisis del Discurso*, Madrid, Arco/Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA; ALCAIDE LARA, ESPERANZA (2002), *Mecanismos lingüísticos de la persuasión: cómo convencer con palabras*, Madrid, Arco/Libros.
- FUNDÉU (2017), “Trans, acortamiento válido de transexual y transgénero” [05/03/2021] <<https://www.fundeu.es/recomendacion/trans-transexual-transgenero/>>
- GÓMEZ, ROSARIO G. (2001), “El Grupo Correo compra cerca del 80% de Prensa Española, la editora de ‘ABC’”, *El País* [22/05/2022] <[elpais.com/diario/2001/09/19/sociedad/1000850412\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2001/09/19/sociedad/1000850412_850215.html)>.
- GUERRERO RAMOS, GLORIA; PÉREZ LAGOS, FERNANDO MANUEL (2009), “La composición culta y la neología de la prensa escrita”, *Revista de Investigación Lingüística*, 12: 65-81.
- GUERRERO RAMOS, GLORIA; PÉREZ LAGOS, FERNANDO MANUEL (2011), “¿Es la composición culta, en la actualidad, el procedimiento más productivo para la creación de neologismos?”, *Terminàlia*, 6: 26-36.

- GUERRERO RAMOS, GLORIA; PÉREZ LAGOS, FERNANDO MANUEL (2020), “Neologismos en el ámbito temático LGTB”, *Sabir. International Bulletin of Applied Linguistics*, 1, 2: 143-176.
- HERNANDO CUADRADO, LUIS ALBERTO (2001), “Lenguaje y estilo del editorial”, *Estudios sobre el lenguaje periodístico*, 7: 279-93.
- KOCOUREK, ROSTISLAV (1982), *La Langue Française de la technique et de la science*, Paris, La documentation Française.
- LAKOFF, GEORGE (2007), *No pienses como un elefante*, traducción Magdalena Mora, Madrid, Editorial Complutense.
- LAKOFF, GEORGE; JOHNSON, MARK (1995), *Metáforas de la vida*, Colección Teorema, 2ª edición, Madrid, Cátedra.
- LANG, MERVYN F. (2002), *Formación de palabras en español*. Madrid, Cátedra.
- LAVALÉ-ORTIZ, RUTH M. (2019), “Bases para la fundamentación teórica de la neología y el neologismo: la memoria, la atención y la categorización”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 80, 201-226.
- LÓPEZ DE MATURANA DIÉGUEZ, VIRGINIA (2005), “ABC ante la cuestión vasca en la Transición y la Democracia (1975-2001)”, *El Argonauta español*, 2. [08.09.2022] <journals.openedition.org/argonauta/1197>
- MÉNDEZ SANTOS, MARÍA DEL CARMEN (2011), *Los neologismos morfológicos en el lenguaje periodístico*, Tesis Doctoral, Universidad de Vigo.
- MOLINER, MARÍA (2016), *Diccionario*, 4ª edición, Barcelona, Gredos.
- OLIVA MARAÑÓN, CARLOS (2011), “Fundamentos lingüísticos del lenguaje periodístico y jurídico-administrativo”, *Index comunicación*, 1: 25-46.
- PIZARROSO QUINTERO, ALEJANDRO (2010), “El periodismo en el primer tercio del siglo XX”, *Arbor* 186 (extra): 45-54.
- REBOUL, OLIVIER (1986), *Lenguaje e ideología*, título original: *Langage et Idéologie*, traducción de Milton Schinga Prósper, México, Fondo de Cultura Económica.
- SANMARTÍN SÁEZ, JULIA (2019), “Análisis del discurso, ideología y neologismos: ‘turismofobia’, ‘turistización’ y ‘turistificación’ en el punto de mira”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 78: 63-90. [10.08.2021] <doi.org/10.5209/clac.64372>
- SECO, MANUEL, ANDRÉS, OLIMPIA Y RAMOS, GABINO (2011), *Diccionario del Español Actual*, 2ª edición actualizada, Madrid, Lexicología Aguilar.
- ŠTEKAUER, PAVOL; VALERA, SALVADOR; KÖRTVÉLYESSY, LÍVIA (2012), *Word-Formation in the World's Languages. A Typological Survey*, Cambridge, Cambridge University Press.
- TEMMERMAN, RITA (2000), *Towards New Ways of Terminology Description. The Sociocognitive Approach*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins.
- VAL ÁLVARO, JOSÉ F. (1999), “La composición”, en Bosque, Ignacio y Demonte, Violeta. (dir.), *Gramática descriptiva del español*. Madrid, Espasa, 4757-4841.

- VAN DIJK, TEUN A. (1996), “Opiniones e ideologías en la prensa. Una teoría sociocognitiva de la representación”, *Voces y culturas* 10/2: 9-50.
- VAN DIJK, TEUN A. (1999), *Ideología*, Barcelona, Gedisa.
- VAN DIJK, TEUN A. (2000), “El discurso como interacción en la sociedad”, *El discurso como interacción social: estudios del discurso, introducción multidisciplinaria*, ed. Teun A. van Dijk, Barcelona, Gedisa: 19-66.
- VAN DIJK, TEUN A. (2003a), *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona, Ariel.
- VAN DIJK, TEUN A. (2003b), “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad”, *Métodos de análisis crítico del discurso*, eds. Ruth Wodak; Michael Meyer, traducción española de Tomás Fernández; Beatriz Eguibar. Barcelona: Gedisa: 143-77.
- VAN DIJK, TEUN A. (2005), “Discurso, conocimiento e ideología. Reformulación de viejas cuestiones y propuesta de algunas soluciones nuevas”, *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 10: 285-318.
- VAN DIJK, TEUN A. (2016), “Análisis Crítico del Discurso”, traducción: Catalina Büchner Ruiz, revisión: Camila Cárdenas Neira, *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30: 203-222. Artículo originariamente publicado en *Critical Discourse Analysis. The Handbook of Discourse Analysis* (2015), eds. Deborah Tannen; Heidi E Hamilton; Deborah Schiffrin. 2nd ed., Chichester, John Wiley & Sons: 466-485.
- VEGA MORENO, ÉRIKA; DÍAZ HORMIGO, MARÍA TADEA (2018), “Algunas de las aplicabilidades actuales de las investigaciones en neología y sobre los neologismos”, *Pragmalingüística*, 26: 54-68.
- VEGA MORENO, ÉRIKA; LLOPART SAUMELL, ELISABET (2017), “Delimitación de los conceptos de novedad y neologicidad”, *Rilce*, 33/3: 1416-1451.
- ZORRILLA BARROSO, JOSÉ MANUEL (1996), *El titular de la noticia. Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional*, Tesis Doctoral, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

**María Lucía Carrillo Expósito** es Doctora en Eurolenguajes y Terminología Especializada –Eurolinguaggi e Terminologie Specialistiche– por la Università degli Studi di Napoli “Parthenope” y por la Universidad de Córdoba (España). En la actualidad forma parte del grupo de investigación IATE (Inter-Active Terminology for Europe). Su labor investigadora se centra en la Terminología, Análisis Crítico del Discurso, Argumentación y la (Des)cortesía verbal española. Ha participado en numerosos congresos nacionales e internacionales. Actualmente es Profesora en las Universidades de Pisa y Nápoles (Federico II y L’Orientale).

**mlcarrilloexposito@unior.it**