

CULTURA, LENGUAJE Y REPRESENTACIÓN

Revista de Estudios Interculturales de la Universitat Jaume I - Volumen 56 - Mayo 2025

CULTURE, LANGUAGE & REPRESENTATION

Cultural Studies Journal of Universitat Jaume I - Volume 56 - May 2025

 UNIVERSITAT JAUME I
ISSN: 1697-7750
e-ISSN: 2340-4981

Equipo editorial / *Editorial team*

DIRECCIÓN / EDITORS

Dr. Ignasi Navarro i Ferrando, Universitat Jaume I – ignasi.navarro@uji.es

Dr. Jorge Martí Contreras, Universitat Jaume I – jmarti@uji.es

Dra. Noelia Ruiz Madrid, Universitat Jaume I – madrid@uji.es

SECRETARÍA DE REDACCIÓN / BOOK REVIEW EDITOR

Dra. Adéla Kot'átková, Universitat Jaume I

CONSEJO ASESOR / ADVISORY BOARD

Dra. Freda Chapple, University of Sheffield, Reino Unido

Dra. Marianna Chodorowska-Pilch, University of Southern California

Dr. Humberto López Morales, Comisión Permanente de las Academias de la Lengua Española

Dr. Santiago González Fernández-Corugedo, Universidad de Oviedo

Dr. Giuseppe Grilli, Università degli studi Roma Tre

Dr. Emilio Ridruejo Alonso, Universidad de Valladolid

Dr. Francisco José Ruiz de Mendoza Ibáñez, Universidad de La Rioja

Dra. Carmen Silva Corvalán, University of Southern California

Dr. Hernán Urrutia Cárdenas, Universidad de Deusto y Universidad del País Vasco

COMITÉ DE REDACCIÓN / REVIEW EDITORS

Dra. Marta Albelda Marco, Universitat de València

Dr. Antonio Ballesteros González, Universidad de Castilla-La Mancha

Dra. María José Coperías Aguilar, Universitat de València

Dr. Eladio Duque Gómez, Universidad Complutense de Madrid

Dra. Montserrat Esbri Blasco, Universitat Jaume I

Dra. María José Gámez Fuentes, Universitat Jaume I

Dr. Luis Pablo Núñez, Universidad de Granada

Dra. María del Pilar Moliner Marín, Universidad de Salamanca

Dr. Santiago Posteguillo Gómez, Universitat Jaume I

Dra. Elizabeth Russell, Universitat Rovira i Virgili

Dra. Adoración Sales Salvador, Universitat Jaume I

Dra. Salomé Sola-Morales, Universidad de Santiago de Chile

Dr. Fco. Javier Vellón Lahoz, Universitat Jaume I

Dr. José Ramón Prado Pérez, Universitat Jaume I

Dra. Mercedes Sanz Gil, Universitat Jaume I

<http://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr>

**CULTURE,
LANGUAGE
AND REPRESENTATION** **CULTURA,
LENGUAJE
Y REPRESENTACIÓN**

Linguistic Studies Journal
of Universitat Jaume I
Volume 36 – May 2025

Revista de Estudios Lingüísticos
De la Universitat Jaume I
Volumen 36 – Mayo 2025

Financiado por el proyecto PREVC/2025/4 del vicerrectorado de investigación de la Universidad Jaume I
Funded by the PREVC/2025/4 project of the research vice-rectorate of the Universitat Jaume I
Finançat pel projecte PREVC/2025/4 del vicerectorat d'investigació de la Universitat Jaume I

© Del text: els autors i les autores, 2025
© D'aquesta edició: Publicacions de la Universitat Jaume I, 2025
Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions
Campus del Riu Sec. Edifici Rectorat i Serveis Centrals. 12071 Castelló de la Plana
<http://www.tenda.uji.es> e-mail: publicacions@uji.es

ISSN: 1697-7750
e-ISSN: 2340-4981



Reconocimiento-CompartirIgual BY-SA 4.0

Este texto está sujeto a una licencia Reconocimiento-CompartirIgual de Creative Commons, que permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra siempre que se especifique la autoría y el nombre de la publicación incluso con objetivos comerciales y también permite crear obras derivadas, siempre que sean distribuidas con esta misma licencia, <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/legalcode>

Índice / Contents

Artículos / Articles

- 9 Framing the Iraqi refugee crisis: A critical discourse analysis of media narratives
AHMED NAJM ABED, LORENA BORT-MIR
- 41 La poesía queer rusa
JESÚS ELEAZAR GARCÍA MUÑOZ, BENAMÍ BARROS GARCÍA
- 61 Actitudes de hablantes de español como lengua materna y extranjera sobre variedades de la lengua
CARRARO, FERNANDA PRISCILA; MÉNDEZ GUERRERO, BEATRIZ; LOREGIAN-PENKAL, LOREMI
- 85 Más allá de las fronteras: diferencias y similitudes entre dos novelas interculturales del ámbito alemán y español
FRANZISKA DINKELACKER
- 105 Anglicismos en los movimientos ecologistas digitales actuales de España
DAVID GIMÉNEZ FOLQUÉS
- 123 An exploration of animal metaphors in gender-based violence campaigns
IRENE LÓPEZ-RODRÍGUEZ
- 153 Una aproximación al análisis del humor verbal en interacciones publicitarias en la red social Instagram
ANA MANCERA RUEDA
- 183 El habla neorural en la literatura española. Recuperación y afectividad por el lenguaje del entorno natural en las obras de María Sánchez y Andrea Abreu
VERÓNICA RIPOLL LEÓN, ELIOS MENDIETA
- 201 Variation parameters in verbal parodic echoing: partiality, inaccuracy, and complexity
FRANCISCO JOSÉ RUIZ DE MENDOZA IBÁÑEZ, ASUNCIÓN BARRERAS GÓMEZ

Reseñas / Book reviews

- 221 Metaphor in Socio-Political Contexts, de Manuela Romano (ed.). Berlin: De Gruyter Mouton, 2024
IGNASI NAVARRO I FERRANDO

- 225 Reflexiones, ideas y consejos para la docencia de ELE: claves para una práctica efectiva, de Luminita Tunsoiu, Sandra Iglesia-Martín y Isabel Gibert. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2023
CARLES NAVARRO CARRASCOSA
- 229 Corpus lingüísticos y enseñanza de lenguas, de Maribel Serrano (ed.). Lleida: Editorial Universitat de Lleida, 2024
M^a TERESA MIRAMÓN ESCRIBANO
- 235 Dos lenguas, un cerebro: el procesamiento lingüístico en hablantes bilingües, de Esther Álvarez García. Berlín: Peter Lang, 2024
JOSEPH GARCÍA RODRÍGUEZ
- 239 Teoría del arte y cultura digital, de Juan Martín Prada. Madrid: Akal, 2023
CELIA CARRASCO GIL
- 243 **Autores / Authors**
- 247 **Estadísticas / Statistics**
- 247 **Visibilidad / *Visibility***
- 248 **Impacto / *Impact***
- 249 **Directrices para autores / CLR Style Sheet**

Artículos / Articles



Framing the Iraqi Refugee Crisis: A Critical Discourse Analysis of Media Narratives

Enmarcando la crisis de los refugiados iraquíes: Un análisis crítico de las narrativas de los medios de comunicación

AHMED NAJM ABED¹
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
<https://orcid.org/0009-0006-6539-6044>

LORENA BORT-MIR
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
<https://orcid.org/0000-0003-0067-6492>

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-06-17

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2025-02-26

RESUMEN: Los titulares en medios digitales, según Abdel-Raheem y Alkhamash (2022), ejercen una influencia notable en la configuración de las percepciones sociopolíticas de los lectores. Esta afirmación, que encuentra eco en las teorías de Van Dijk (1988), quien sostiene que la construcción de titulares trasciende la mera sintaxis, ha sido el punto de partida de nuestro estudio. A través de un análisis crítico del discurso y del encuadre, centrado en la representación de los iraquíes en *The Guardian* y *Deutsche Welle*, hemos evidenciado cómo los titulares se utilizan como herramientas estratégicas para construir narrativas específicas y orientar la interpretación de los acontecimientos. Los resultados obtenidos respaldan la idea de que, si bien ambos medios cubren la crisis de los refugiados iraquíes, sus enfoques difieren significativamente, lo que refleja las agendas políticas y culturales de cada medio, tal como sugieren las teorías de Entman (1991, 1993) sobre el encuadre.

¹ Author1, Ahmed Najm Abed, is responsible for the analysis, methodology and results. Author2, Lorena Bort Mir, is responsible for the theoretical context, discussion, and conclusions, as well as submitting and reviewing the article.

Palabras clave: Refugiados iraquíes, titulares, Estructura macrosemántica, *The Guardian*, *Deutsche Welle*, Análisis de marcos, CDA

ABSTRACT: Headlines in digital media, according to Abdel-Raheem and Alkhamash (2022), exert a remarkable influence in shaping readers' sociopolitical perceptions. This statement, which finds an echo in the theories of Van Dijk (1988), who argues that the construction of headlines transcends mere syntax, has been the starting point of our study. Through a critical analysis of discourse and framing, focusing on the representation of Iraqis in *The Guardian* and *Deutsche Welle*, we have evidenced how headlines are used as strategic tools to construct specific narratives and guide the interpretation of events. The results obtained support the idea that, although both media outlets cover the Iraqi refugee crisis, their approaches differ significantly, reflecting the political and cultural agendas of each media outlet, as suggested by Entman's (1991, 1993) theories on framing.

Key words: Iraqi refugees, headlines, Macro-semantic structure, *The Guardian*, *Deutsche Welle*, Framing analysis, CDA

1. INTRODUCTION

Research topics concerning media discourse and deconstructing identities—especially, refugees, have dramatically risen over the last decades in social sciences, particularly, in Critical Discourse Studies (CDS) (Caballero-Mengíbar, 2015; Zotzmann & O'Regan, 2016; Junuzi, 2019). With the war in the Middle East, especially in Syria and Iraq, refugees have been depicted on different platforms, including newspapers, social media, and TV, with different frames—interpretive structures that shape how information is presented and understood (Entman, 1993)—contributing to showing them in terms of solidarity, discrimination, sympathy, and positive or negative discourse, contributing to showing them in terms of solidarity, discrimination, sympathy, and positive or negative discourse. In 2014, the Iraqi government faced its biggest humanitarian crisis, with 3 million refugees (Norwegian Refugee Council, 2015). Most displaced refugees were victims of conflicts in Northwest Iraq, resulting in Iraq's largest refugee crisis in decades. As a result, the increase in violence, which led to the capture of Mosul by ISIL militants in early June 2014, resulted in a huge displacement and a hot crisis in Iraq (Soave, 2015). Increasing violence and worsening living conditions in Iraq, coupled with the deterioration of security in the Middle East, pushed more Iraqis to see Europe as a good destination as the only possible option (Fusco, 2023). Such actions are a driving force for asylum seekers in Europe (Riordan, 2016). Based on Frontex² data, Iraq was among the top ten countries of origin for irregular arrivals in Europe fleeing via the Eastern Mediterranean Sea in 2009, and one of the highest three between 2014 and 2017 (Fusco, 2023).

Topics encircling refugees have been at the leading forefront of the social, cultural, and political arguments globally in the last decades, steering up the media, which plays a crucial role in side-tracking public opinion on refugees. In 2015, the media placed an extensive focus on refugees and their plight, especially those people who escaped from

² The European Border and Coast Guard Agency, <https://www.frontex.europa.eu/>

the Middle East and Africa into Europe. The media has played a notable role in influencing and redirecting public opinion and in shaping collective knowledge about social movements, events, and identities (Happer & Philo, 2013; McCombs & Valenzuela, 2020; Ausat, 2023). The way people can perceive knowledge from the basis of common sense of ideologies is the underlying foundation of truths about the social world they live in and the social system that guides their actions in it (Van Dijk, 2006). Speaking about the particular features of the media, former research works proved that news headlines can even have an influential effect on people's attitudes to these items of news (Tymbay, 2022). By constructing informative assumptions, headlines typically tend to create an interactive structure with the reader, and most headlines, especially those of a normative nature, can thus be perceived as communicative acts, and not only a summary of the text (Van Dijk, 1988). Headlines use specific cognitive strategies to frame news issues by emphasizing certain aspects of a story while omitting others. This process highlights key elements of reality to make headlines more noticeable and impactful in a text (Hellsten et al., 2010). Because people are more inclined to obtain more information from the media by simply skimming the headlines, it is possible to effectively shape readers by employing attention-grabbing headlines. The fact remains that news headlines, particularly in an online setting, always play a more structural role in today's fast-paced and entertaining readers. Typically, headlines serve as the audience's hook in traditional and online news (Molek-Kozakowska, 2013). One could argue that headlines establish the content's initial focus; readers initially skim brief sentences before turning to the body of the text (Dor, 2003). Because of this, the media frequently publishes attention-grabbing sentence-level frames.

As Van Dijk (1988) sees it, headlines always tend to have a crucial role in providing the information readers perceive first and show a macro-position, as they provide a concise summary of the news article. According to Van Dijk (1988), headlines serve three crucial functions: First, they create the basic overview of the news article. Second, they simply attract the readers by employing different font sizes as well as via the language used. Third, they reflect the first indicator of the content and style of the newspaper's value. According to Bednared and Caple (2012), in the news, headlines are crafted using a distinct language style and specific linguistic features that set them apart from other forms of news discourse. Such an action in the news may include the deletion of function words, untensed phrases instead of clauses, the use of evaluative/ marked/ emotional words, and specific patterns of idioms and proverbs. However, such headlines in the news tend to be more and more creative than reproductive. Based on the communication perspective, frames are exposed to be crucial devices in framing the article's content and ultimately framing public opinion on different matters (Hart, 2023).

As the editors of the headlines often utilize various expressions regarding the article's content, the implications they present can be interpreted as possible methods of manipulation. Headlines and titles in news pieces resemble the top of a massive iceberg, typically encompassing information, allusions, and deeper significances regarding occurrences, such as refugees and their circumstances (Van Dijk, 2024). In the news, headlines likely have a strong impact on readers since the language characteristics of the titles often enhance their effectiveness and memorability. Headlines serve as a valuable source of information, particularly in cultural references. This is accurate as the headlines exist independently without further clarification; they require readers to rely on their cultural knowledge to grasp the material (Develotte & Rechniewski, 2001).

This research paper investigates the examination of news headlines in two prominent Western media outlets, the left-leaning *The Guardian* and the German conservative state-run media *Deutsche Welle*. These two platforms portrayed the Iraq crisis and refugees, influencing their audience's perspective on global occurrences, including the refugee situation in the Middle East and Europe. We were particularly keen to see if we could detect any alterations in the portrayal of Iraqi refugees in these two outlets that might align with the noticeable change in media perspectives and government policies. This represents a transition from being more supportive of the state to being less supportive of his specific topic. Accordingly, this paper aims to investigate the dynamics of news headlines concerning refugees, particularly Iraqi refugees in these two Western news outlets, during what became known as 'the refugee crisis in Europe'. To accomplish the purpose of this research, the following goals are established: (a) to investigate the representation of news headline creation in media through the lens of communication and discourse theories; (b) to develop a methodological approach for analyzing the representation of Iraqi refugees in news headlines using assessed discourse frameworks; (c) to illustrate, grounded in theoretical models and the established methodology, the keyframes of the headlines that assist readers in deriving overarching meaning while engaging with news events. The paper emphasizes headlines because they encapsulate overarching meanings and semantic frameworks that activate our emotional responses, thereby influencing our interpretation of the reported events (Van Dijk, 2000). We also examine how headline representations are integral to global cultural frameworks present in media content, thereby aiding in the reproduction of prevalent ideologies by 'dominant entities' including the media (Van Dijk, 2006: 139).

2. THEORETICAL BACKGROUND

The selection of approaches in this study is guided by their unique analytical perspectives for understanding the interplay between discourse, cognition, and society. The Critical Discourse Approach (CDA) is integral to this research, as it provides tools to uncover the ways discourse reflects, reproduces, and challenges power dynamics, ideologies, and social inequalities. By focusing on the interplay between language and social structures, CDA enables an in-depth exploration of how media discourse constructs and legitimizes social practices, particularly in the representation of marginalized groups.

The Socio-Cognitive Approach (SCA) complements this by examining the cognitive processes underlying discourse production and interpretation, particularly in contexts involving power dynamics and inequality. Framing Theory is included to analyze how certain aspects of reality are highlighted or omitted in media narratives, revealing mechanisms through which public perception and interpretation of social events are shaped. Lastly, the Discourse of Headlines approach is vital for understanding the structural and linguistic strategies used in headlines, which often act as powerful framing devices influencing audience perception.

These approaches were selected for their complementary focus on cognitive, textual, and social dimensions of discourse. Together, they provide a robust framework for analyzing how media constructs and communicates meaning, making them particularly relevant to the study's objectives. Integrating CDA with SCA and Framing Theory offers a holistic perspective that addresses both the macro-level societal implications and the micro-level linguistic and cognitive mechanisms of media discourse.

2.1. THE CRITICAL DISCOURSE APPROACH

The Critical Discourse Approach (CDA), a framework pioneered by scholars such as Fairclough (2013) and Van Dijk (2001), focuses on the ways discourse shapes and is shaped by social power structures. CDA is grounded in the belief that language is a form of social practice, and it investigates how texts and talk contribute to the maintenance and transformation of social hierarchies. Particularly, CDA seeks to uncover the underlying ideologies that influence the production and reception of discourse, as well as how discourse constructs identities, relationships, and power dynamics. CDA assumes that discourse does not merely reflect reality but actively constructs and mediates it. As a critical approach, it challenges the status quo, examining how language is used to perpetuate inequality, marginalization, and social injustice (Fairclough, 2013). This perspective is particularly valuable for studying media discourse, as it allows for an analysis of how news texts may subtly reinforce dominant ideologies through language. By focusing on the socio-political implications of discourse, CDA identifies the roles that power, domination, and resistance play in shaping societal perceptions of social events and groups.

One key component of CDA is its multi-layered approach to analyzing texts. It integrates micro-level linguistic features (such as word choice, grammar, and sentence structure) with macro-level social structures, including social norms, values, and historical contexts (Van Dijk, 2001). This dual focus on both language and society enables CDA to explore how individual instances of discourse contribute to broader social processes. For instance, in the context of news media, CDA can reveal how certain topics, such as refugees or political movements, are framed in ways that may influence public opinion and political action. In CDA, the notion of ideology is crucial. Fairclough (2003) argues that ideologies are embedded in discourse and are often hidden, making them naturalized and difficult to challenge. By analyzing how ideologies are reproduced through language, CDA helps to uncover the power relations that underlie social interactions. Additionally, CDA employs a critical stance to examine the role of hegemony—the dominance of certain cultural and political norms that serve the interests of powerful groups—within discourse.

CDA's integrative perspective makes it highly compatible with the other approaches to discourse analysis used in this research. For example, when combined with the Socio-Cognitive Approach (SCA), CDA can provide insights into how shared knowledge and cognitive processes shape the interpretation of texts in a social context (Van Dijk, 2014). Similarly, when paired with Framing Theory, CDA helps to analyze the mechanisms by which media frames influence the salience of specific issues, thereby guiding audience interpretation and reinforcing or challenging social ideologies (Entman, 1993).

2.2. THE SOCIO-COGNITIVE APPROACH

The socio-cognitive approach (SCA) (Hart, 2010) is a framework for discourse studies that integrates the cognitive, textual, and social structures as grounded in the description involved in producing a unified model of analysis. Primarily, SCA offers an inclusive understanding of the discursive construction of social inequality and discrimination using a model that connects society and text through cognition. Accordingly, such social cognition serves as the interface between social structure and

textual structure (Hart, 2010). Also, such a cognitive-affective analysis, according to Van Dijk (2024:11) may include descriptions and explanations of discourse in terms of “underlying mental models of personal experience, including emotions and socially shared knowledge, norms values, goals, and ideologies.” Based on Van Dijk’s (2014) argument, SCA is neither a single method nor a prescribed bit-by-bit process for discourse analysis. Rather, it can, therefore, be operationalized on different concepts and methods from wide-cut varying disciplines, such as sociolinguistics, social psychology, anthropology, cognitive psychology, and sociology. That is to say, the former disciplines are manifested as instrumental in understanding the role of social knowledge in discourse comprehension and production as well as in society (Van Dijk, 2014). Additionally, Van Dijk (2001) emphasizes that a theory of discourse must include a cognitive aspect that takes into consideration the complexity of the connections between discourse and society as well as the cognitive processes involved in the production and understanding of news texts. As a result, such a construction between discourse, cognition, and society is best examined by employing the Socio-Cognitive Approach (SCA). Although discourse is socially and cognitively governed by shared knowledge, the mental model both “controls and defines our everyday perception and interaction in general and the production and comprehension of discourse in particular” (Van Dijk, 2014:49).

Analytically, the SCA integrates the description of social interactions and text at micro and macro levels through the lens of social cognition (Van Dijk, 1993b: 280, cited in Hart, 2010). The macro-level relates discourse structures concerning the global meaning and organizational structure of the text, whereas the micro-level relates discourse structures concerning the linguistic components of the text (Van Dijk, 1988). Besides, macrostructures are assigned to account for the ‘global meaning’; they are cognitively labeled in terms of the ‘theme’ or ‘topic’ in discourse and practice (Van Dijk, 2013). In this sense, Critical Discourse Analysis (CDA) bridges these two levels, connecting them into a wide range of descriptions (Van Dijk, 2015; Floyd, 2017).

In general, the SCA’s framework aims to identify knowledge, biases, viewpoints, and convictions that are directly and indirectly activated by the speakers or authors when analyzing and creating discourse segments. It further elucidates how to implement discourse structures and their interpretations within a particular communication context and social cognition (Gyollai, 2022). Considering these assertions, SCA would like to explore how newspaper editors articulate their backing of a specific topic or event, and how the public interprets such news discussions. SCA is often employed by critical discourse researchers due to its comprehensive viewpoint.

2.3. FRAMING THEORY

Framing and frames are two significant concepts that are frequently associated with various methodologies in social science, where they are applied in distinct manners (Hart, 2023). Most notably, the sociologist Goffman (1974: 21) described frames as ‘interpretive schemata’ that enable individuals to “identify, label, locate, and perceive” the global events occurring around them. According to research in mass media, frames are crafted to serve as essential strategic instruments for altering the content of news articles. Following the classic definition of framing, Entman (1993: 52) states that to frame is “to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal

interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.”

The idea of framing also encompasses a prevailing meaning in media; it, therefore, involves certain cognitive processes, particularly when choosing particular elements of the news topics. In summary, framing is a media journalistic method used to convey a prevailing significance within the communicative text (Entman, 1993), comprising two primary processes: selection and salience (1993). This indicates that enhancing the text's prominence in the interactive format involves crafting a portion of information to become more notable, significant, and memorable. Nonetheless, these frames in news are crafted through metaphors, concepts, keywords, or symbols, enhancing the visibility of the communicative text (Entman, 1991).

Moreover, framing is essential in the exercise of political power. It can be argued that in political news, framing is a hallmark of power because it emphasizes the social actor and its identity within the communicative text. Additionally, it emphasizes certain facets of reality, while concurrently overlooking other matters that might provoke varied responses from the readers/viewers (Entman, 1993).

Van Dijk (2023) and Entman (1993) describe frames as mental models representing an individual's subjective interpretation of specific social situations, rooted in the socio-cognitive perspective. Similarly, Reese (2001) argues that framing provides a bridge between cognition and culture, demonstrating its utility in examining how shared meanings are constructed across different social contexts. Frames are tools for organizing and making sense of experiences by connecting discourse, cognition, and society. Although Van Dijk points out challenges in framing studies, such as the lack of clarity in empirical research regarding the theoretical and methodological aspects of frames and their expression in discourse, these limitations also highlight opportunities for further refinement and exploration.

In addition, scholars like Chong and Druckman (2007) underline the dynamic nature of framing, showing how frames evolve and adapt to different social contexts and actors. This perspective aligns with Van Dijk's (2023) emphasis on the role of context, suggesting that variations in framing reflect the diversity of social situations and actors' experiences. Together, these contributions position framing theory as a robust and versatile framework for analyzing discourse and its impact on society.

The fundamental aim of this theoretical framework is to establish a critical viewpoint on how frames interact within the critical approach in communicative texts to generate a prominent meaning in a text. Since framing analysis includes several foundational elements from CDA, it maintains the notion that discourse can influence actions extending beyond the text and aligns with similar principles related to meaning construction in discourse, while retaining its methodological origins in thorough linguistic examination (Hope, 2010). Moreover, since the cognitive approach to CDA draws on some concepts from cognitive linguistics (such as frame and framing, metaphor, schemas, or mental models) to explore the correlations between social action, language, and cognition in political contexts (Lakoff & Johnson, 1980; Entman, 1993; Hart, 2014), both frames and framing have come to be vital in cognitive processes of meaning construction in discourse and its practice (Belmonte & Porto, 2020; Filardo-Llamas et al., 2021; Romano & Porto, 2021; Hart, 2023).

2.4. THE DISCOURSE OF HEADLINES

The creation of headlines in newspapers represents the most influential subgenre of news, as they comprise a distinct form of text serving various purposes. Reah (1998: 4) characterizes a news item as information regarding a 'recent occurrence,' while headlines serve as the initial notable signal encountered when creating a news item. Dor (2003: 696) states that headlines serve both textual and functional purposes. They act as a 'mediator' between the narrative and its audience. Dor (2003: 696) claims that headlines serve this function, defining them as news elements that shape and maintain readers' perceptions of the text while effectively acting as a relevance enhancer. Dor suggests that this function indicates "they aim to enhance the significance of their narratives for their audience." (2003: 696). The significance of newspaper headlines should also be considered, as they often possess the ability to grab the reader's attention while conveying information, thereby affecting the audience in a particular manner. Gomis (1992: 59) contends that "a headline's purpose is to ignite interest, capture attention, create an impact, and ensure that the reader forms and considers their viewpoint." For this reason, editors frequently aim to craft engaging content in news headlines as a journalistic strategy to seem more impressive to the audience.

The details in the news headlines can cleverly direct readers to consider the overall significance of an article, as the headlines present themselves as brief structures or frames within a news piece (Scott, 2023). While the content of headlines may differ in terms of low news value, their overall newsworthiness typically includes greater news value (Bednarek & Caple, 2012). Overall, the journalistic discourse of newspaper titles has been thoroughly examined from various angles. Much research has studied the communicative function of newspaper headlines as well as their linguistic form (e.g., Van Dijk, 1988; Bell, 1991; Dor, 2003). Additionally, numerous studies have explored their significance in journalistic discourse as a strategic tool, with various researchers examining headlines as a sub-genre of news segments, encompassing cultural and ideological ramifications (e.g., Shie, 2011; Molek-Kozakowska, 2013; Montgomery & Feng, 2016; Kharbach, 2020; Tymbay, 2022). Additional research examines media headlines, indicating that striking, imaginative, inventive, and unique headlines are crucial for capturing readers' interest (Wu & Pan, 2022). Drawing from previous studies, there has been significant emphasis on the critical role of news headlines as keyframes to attract the audience's attention.

In this regard, though, limited emphasis or attention has been placed in the research literature on the editorial headlines in media as overarching frameworks that precede the news story. Due to their spatial positioning in digital design, they can select various news frames to read (Dor, 2003), meaning their interaction with readers might convey different interpretations of the subjects being discussed. Consequently, this research seeks to reveal the broad resources employed by headline editors to proficiently convey, for example, humanizing and dehumanizing biased behaviors toward particular social figures they report on. The concepts of humanizing and dehumanizing are essential in understanding the editorial strategies employed in media headlines, as they significantly influence audience perceptions of social actors and events. These concepts align with Van Dijk's (2006) assertion that discourse not only reflects but also reinforces societal power structures and ideologies. Humanization and dehumanization operate as cognitive and discursive mechanisms through which media frames construct empathy or hostility toward specific groups. According to Chouliaraki (2006), such representations

are not neutral; they are imbued with power relations that shape how audiences engage with and interpret news stories.

In the context of headlines, which serve as macro frames (Van Dijk, 1991), these mechanisms can subtly embed bias. Humanizing language often highlights the individuality, emotions, and dignity of a social actor, while dehumanizing language can reduce them to stereotypes or abstract entities (Haslam, 2006). For example, describing refugees as “families seeking safety” versus “waves of migrants” invokes different emotional and cognitive responses. As headlines are spatially and cognitively prominent, they play a critical role in activating relevant schema and framing public perception of events (Van Dijk, 2014). Thus, analyzing humanization and dehumanization in headlines is vital to understanding how media discourse perpetuates or challenges societal inequalities and biases.

In general, the data presented in the headlines can alter how readers comprehend an event. This implies that editors typically filter or summarize the key events in headlines according to an agenda-setting choice (Van Dijk, 1991). The socio-cognitive approach emphasizes knowledge's significance in discourse creation; for example, the way an event is framed in news headlines can significantly affect how readers perceive the crisis concerning macrostructures (Van Dijk, 2001). Thus, the discourse of news headlines involves not only linguistic structures but also macro-level elements such as socially shared knowledge, attitudes, ideologies, and values. These factors are critical when analyzing headlines because they influence how events, like the portrayal of refugees, are framed in the media. According to Van Dijk (2009), these cognitive and social elements shape how information is processed and interpreted. When we deconstruct headlines, we rely on our mental models, which guide how we perceive and understand the policies, actions, and narratives surrounding social events.

The primary objective of this paper is to conduct a comprehensive analysis of the macrostructures in news headlines, focusing on how these elements consistently manifest in the discourse. Through this analysis, it becomes clear that headlines reflect specific language frames that are characteristic of news discourse. These frames help to reinforce certain interpretations of events by activating knowledge, ideologies, and values in readers' minds. However, it is important to recognize that achieving complete objectivity in news framing is challenging. News headlines inherently carry macro themes and underlying meanings, shaped by cultural and political factors, which influence how issues like the refugee crisis are framed and understood.

Particularly, our study will focus on both the micro-level and macro-level structures of the headlines, drawing on the following frameworks provided by Van Dijk (2015) and Entman (1993):

(i) Framing Strategies:

- Selection and salience: Certain aspects of a news story will be selected and emphasized over others to highlight particular interpretations of events. For instance, headlines may focus on the victims (e.g., refugees) or the actions of specific actors (e.g., ISIS, governments).
- Causal framing: Identifying the causes and effects attributed to events, such as depicting violence as the direct consequence of political actions.
- Evaluation framing: This includes framing actors or events positively or negatively, based on language choices that either humanize or

- dehumanize the subjects (e.g., referring to refugees as "victims" or "illegals").
- Moral framing: Framing that invokes moral judgment about the actions or conditions of actors involved in the news stories, often using terms that imply guilt, responsibility, or victimhood (e.g., "genocide," "suffering").
- (ii) Linguistic Elements:
 - Verb choices: The verbs used in headlines (e.g., "flee," "escape," and "confront") can heavily influence how action is perceived and can either empower or diminish the agency of those involved.
 - Quantification: Headlines may use numerical references (e.g., "Thousands" or "Hundreds") to frame the scale of the issue, which can affect the perceived urgency or significance of the story.
 - Adjectives used for emphasis: Words like "devastating," "catastrophic," or "urgent" can add emotional weight and guide the reader's reaction to the information.

By combining these framing strategies with linguistic elements such as verbs, adjectives, and numerals, this study will examine how headlines in both *The Guardian* and *Deutsche Welle* construct meaning about refugees, war, and political conflict.

3. METHOD

In this study, Critical Discourse Analysis (CDA), the Socio-Cognitive Approach (SCA), Framing Theory, and the discourse of headlines are utilized to examine the linguistic structures of news headlines and their role in shaping readers' understanding. CDA, as outlined by Van Dijk (1998), is a systematic approach to studying discursive texts that seek to uncover the implicit power structures and ideologies embedded within the discourse. By analyzing the macro and microstructures of news headlines, CDA helps explore how headlines function as sites of ideological struggle, framing issues in particular ways that align with broader social and political agendas.

Building on this, the Socio-Cognitive Approach (SCA) provides a framework for understanding how language reflects and constructs social cognition, such as shared knowledge, values, and ideologies. Van Dijk (2009) argues that SCA allows for the analysis of the mental representations of social actors and events, linking cognitive processes with linguistic structures. By focusing on both micro-level linguistic elements and macro-level discursive structures, the SCA enables a nuanced exploration of how headlines contribute to constructing meaning and shaping public perceptions of social issues. In this study, SCA is used to analyze the cognitive and social elements embedded in the news headlines, allowing for a detailed examination of how linguistic resources construct the representation of topics like the refugee crisis (Van Dijk, 2015).

Additionally, Framing Theory (Entman, 1993) is applied to further understand the role of headlines in constructing reality. Framing involves selecting certain aspects of a perceived reality and highlighting them in a way that influences how the audience interprets and evaluates the situation. This theory is especially useful in identifying how specific frames are constructed in headlines, such as the moral evaluation, causal interpretation, and problem identification associated with social issues like the refugee crisis. By analyzing the lexical and grammatical choices in the headlines, framing analysis

helps uncover the ways in which media discourse shapes public perceptions of the events being reported.

Together, these theoretical approaches provide a comprehensive framework for analyzing how news headlines on online platforms like *Deutsche Welle* and *The Guardian* use linguistic structures to engage readers, construct social meanings, and influence the interpretation of important social issues.

3.1. MATERIALS

Every discourse exists within a specific context (Kress, 2010). The wider societal framework of this examination is the representation of the refugee situation in the Middle East and policy development in Europe. This research examines the coverage of news headlines on these subjects in two distinct media outlets that have varying ideological affiliations. This paper aims to examine how Iraqi refugees are represented in selected news headlines, for which we chose the British left-oriented newspaper *The Guardian* and the German conservative media outlet *Deutsche Welle*. *Deutsche Welle* is a media outlet from Germany, while *The Guardian* represents a left-leaning perspective from the United Kingdom (Brown & Mondon, 2021). These two sources were chosen because they are the top news media outlets in Europe (Cvetkovic & Pantic, 2018), and all their information platforms are accessible for free. For example, *The Guardian* newspaper was chosen due to its significance and respect in the UK (Costa-Sánchez et al., 2020; Majid, 2022). Conversely, the chosen online platform of *Deutsche Welle* is widely accessed and regarded as a reliable news outlet worldwide (Fahim & Islam, 2024).

In essence, Germany and the UK were focal states of Europe during the refugee crisis. These two countries played central roles in the European refugee crisis, largely due to their geographic proximity to conflict zones and their policies regarding asylum seekers. Both countries became key destinations for refugees, with Germany committing to a policy of open borders and the UK engaging in political and social debates regarding immigration and refugee quotas (European Commission, 2015; Ilgit, & Klotz, 2018). These actions positioned them as focal states in the European response to the crisis.

In this regard, this research emphasizes several important aspects concerning the societal significance of the two distinct newspapers. The main reason for the selection criteria was to enable a comparison of the news headlines from two media outlets to further investigate potential similarities and differences. The analysis specifically focuses on news headlines published during a pivotal period of the refugee crisis in Europe, particularly the peak years of 2015-2016, when refugee arrivals were highest. This period is especially relevant for analyzing how news outlets framed the crisis and the decisions made by European leaders, as it marked critical moments of policy debate and public discourse surrounding migration and asylum policies (e.g., the EU's relocation quotas and border control measures). By examining headlines from this time, the study can better capture the framing strategies used to shape public perception of the crisis and the political responses that followed (Entman, 1993; Dor, 2003; Berry et al., 2016).

Recognizing the significance of news headlines as vital framing tools (Pan & Kosicki, 1993), headlines from both sources were chosen depending on whether their frames contained terms related to the Iraqi refugee crisis. The aim of selecting various news media outlets is to understand how different reputable news platforms frame the coverage of significant events, considering the diverse headlines and contextualization of the discourse surrounding policies. Different studies on news headlines (Entman, 1993;

Altheide, 1997; Kuypers, 2002) highlight the multifunctionality of headlines, with the primary aims specified as attracting, summarizing, and framing (Bell, 1991). For this reason, this study emphasizes the importance of framing headlines effectively to create prominent narratives that capture the reader's attention.

3.2. PROCEDURE

The data was collected using the Google News search engine, as the URLs for *The Guardian* and *Deutsche Welle* each utilized distinct search tools that could manage the search. We chose to use Google News due to its online platform. Additionally, Google News stands out among news aggregators by offering a completely automated scan of worldwide news even in the absence of human editorial oversight (Weaver & Bimber, 2008). We included news headlines from 2015 to 2016 in our study. To ensure the relevance of the headlines to the Iraqi refugee crisis, we employed specific search terms: 'Iraq crisis,' 'Iraqi refugees,' 'displacement in Iraq,' and 'unprotected Iraqis.' These search terms were utilized on two websites, covering a broader timeframe from 2014 to 2017. This extended search period allows us to corroborate the consistency and relevance of our findings, ensuring that the headlines we analyzed were pertinent to the ongoing Iraqi refugee crisis during those years.

The findings produced 330 results for *The Guardian* and 310 for *Deutsche Welle*. Following an initial bottom-up exploration of 640 news headlines, we decided to classify the raw materials according to the recurring linguistic features and primary characteristics identified in the corpus for categorization. The quantity of headlines is substantial, making it impractical to conduct an in-depth analysis of each headline in one paper (Martínez Lirola, 2017). From these raw material findings, it was necessary to manually filter out irrelevant results (Schmolz, 2019), and a targeted selection of 42 headlines was obtained for the analysis. Essentially, the chosen headlines exemplify the features that are most common in the headlines. In line with CDA tradition, the methodology is qualitative; it involves an interpretive analysis where researchers elucidate their observations and insights (Creswell, 2017).

4. DATA ANALYSIS AND RESULTS

In this section, we delve into a detailed analysis of the headlines related to the Iraqi refugee crisis, focusing on three key themes: the construction of the crisis and displacement, the challenges and difficulties faced by refugees, and the sociopolitical discourses surrounding these issues. By examining how the media frames these topics, we aim to uncover the underlying narratives and representations that shape public perception of the Iraqi refugee experience. This analysis will highlight not only the language and imagery used in the headlines but also the broader implications of these constructions for understanding the complexities of displacement and the ongoing challenges faced by refugees. Through this lens, we will explore how these headlines inform and influence societal attitudes toward the Iraqi refugee crisis.

4.1. HEADLINES: CONSTRUCTING THE IRAQI REFUGEE CRISIS AND DISPLACEMENT

Topicalization of news actions concerning displacement and harsh actions have been the dominating topic in the digital discourse of *The Guardian* (labeled as TG in the

Tables) as compared to *Deutsche Welle* (labeled as DW in the Tables). To this end, Iraqi refugees are topicalized in different ways.

The selected headlines construct a narrative of resilience amidst violence and displacement, showcasing the enduring spirit of those affected by the conflict while also drawing attention to the humanitarian implications of war. They reveal how the persistent threat of violence shapes the experiences of Iraqi refugees, influencing their movement, their options for safety, and their future in a war-torn region. The first group of headlines (TG) illustrates the direct consequences of war, with reports of thousands of refugees remaining at risk and families being forcibly displaced. For instance, the mention of “1,500 Iraqi families” being marched to Mosul underscores the urgency and peril of their situation. Additionally, headlines detailing the besiegement of tens of thousands of Iraqis on Mount Sinjar reveal the critical and life-threatening circumstances that arose during this period. The reference to the rising civilian death toll further emphasizes the immediate, devastating impact of conflict on the population. The second group of headlines (DW) highlights the ongoing challenges faced by refugees as they seek safety. These headlines reflect a persistent struggle for survival, as Iraqi Christians and Yazidis are forced to flee their homes, indicating the broader humanitarian crises exacerbated by violent acts. Furthermore, the desperate journeys towards safer regions in Kurdistan illustrate the continuous search for refuge amid chaos.

Thus, we could state that the headlines below summarize topics referring to actions in terms of violence, war, and persistence.

Table 1. Headlines with actions in terms of violence, war, and persistence

TG. H1 Thousands of Iraqi refugees ‘still at risk’ despite ending of Mount Sinjar siege.
TG. H2 ISIS forces 1,500 Iraqi families to march to Mosul.
TG. H3 20,000 Iraqis besieged by ISIS escape from mountain after US air strikes.
TG. H4 Iraqi civilian death toll passes 5,500 in wake of Isis offensive.
TG.H5 40,000 Iraqis stranded on mountain as Isis jihadists threaten death
TG.H6 Hundreds of people flee Iraq’s Fallujah area
TG.H7 Tens of thousands pour into Iraq's Kurdish north as US jets bomb Isis
DW. H1 Iraqi refugees find temporary haven in Erbil.
DW. H2 Fearing ISIS, Iraqi Christians flee.
DW. H3 Yazidis see fleeing Middle East as only option for survival.
DW. H4 Fleeing residents of Mosul take refuge in Kurdistan.
DW. H5 Refugees in Iraq caught between soldiers and jihadists.
DW. H6 Refugees are pouring into Iraq’s Kurdistan region as thousands flee militant fighters of the Islamic State of Iraq and Syria (ISIS).

The headlines depicted in the British digital newspaper use a more general frame of numbers at the initial sentence level. This shows that the headlines about refugees frequently utilize frame functions, such as numbers and quantities, which may serve a

rhetorical purpose by emphasizing the scale or severity of the crisis. This rhetorical aspect involves the strategic use of numerical data to evoke emotional responses, shape public perceptions, or legitimize policy decisions regarding refugees. Such portrayal in newspapers, according to Van Dijk (1991), is called the 'Number Game.' In this context, macro-propositions—broad generalizations that encapsulate the overall meaning of a news story—are no longer explicitly expressed in the discourse. Instead, they are used to construct abstracts, which serve as condensed summaries or overarching themes of the text. These abstracts help distill complex information into a more accessible format, making precise and concise information available to readers while guiding their interpretation of the event. These structures are, however, important in cognitive information, and allow the audience to remember, store, and organize textual information in mind (Van Dijk, 1991).

Headline TG. H1 ("Thousands of Iraqi refugees 'still at risk' despite ending of Mount Sinjar siege") connects to violence, war, and persistence in several ways. The phrase "*still at risk*" reflects the enduring dangers that refugees face even after the siege's resolution, emphasizing the persistence of threats tied to the broader context of violence and war. The reference to the "Mount Sinjar siege" underscores the backdrop of military aggression and humanitarian crises, framing the story within the ongoing conflict involving ISIS forces. Headline TG. H4 ("Iraqi civilian death toll passes 5,500 in wake of ISIS offensive") explicitly relates to violence and war by quantifying the civilian toll of the conflict. The mention of "death toll" and "ISIS offensive" highlights the scale and direct impact of violence on civilians, illustrating the devastating consequences of armed conflict. The focus on numbers also contributes to the *persistence* narrative, as it implies ongoing harm and loss resulting from sustained violence.

Clearly, in understanding news, readers must initially employ particular frames that are not merely pieces of knowledge but components of interpretation that involve the assignment of "inferences and global meaning" (Van Dijk, 2013: 7) and based on which "expectations and interactions" are coordinated (Van Dijk, 1977, as referenced in Abdel-Raheem, 2023). In this regard, the information presented at the top of the mental model aids readers in interpreting these actions by grasping the overall significance. As a result, what is illustrated in the headline TG. H4 not only highlights the issue of civilian deaths during migration but also instills a feeling of violence or fear in the audience. In summary, when examining the chosen headlines in *The Guardian*, there is a notable inclination to portray Iraqi refugees through numerical topics at the micro-discourse level, as seen in headlines TG. H2, TG. H3, TG.H5, and therefore, concentrating on significant non-specific figures, like TG.H6 and TG.H7.

When it comes to the German digital news source, the headlines selected tend to focus on Iraqi refugees using different topics when constructing the overall meaning. For instance, the headline DW. H3 highlights the plight of minorities in Iraq, especially Yazidis, and their voices. Furthermore, Yazidis are depicted as being the main topic by exposing their voice as the most depressed group in Iraq. Since topics are theoretically labeled as semantic macrostructure, they formulate the macro-proposition of the headline that semantically controls the lower level of the headline. Such a topic is usually expressed in the headline of a news report (Van Dijk, 2018). For instance, let us consider the specific framing elements in headline DW. H3: "*Yazidis see fleeing Middle East as only option for survival.*" The term "Yazidis" is a prominent keyword that immediately focuses the audience's attention on a specific ethnic and religious group known to be marginalized and victimized. The phrase "*only option for survival*" evokes a sense of

urgency and desperation, framing the Yazidis as facing an existential threat. This framing choice influences readers by presenting the Yazidis' plight as dire and unavoidable, thereby emphasizing the severity of their situation. The newspaper's use of this frame reflects a belief system that prioritizes humanitarian crises and amplifies the vulnerability of this group to guide readers toward a specific moral evaluation and interpretation of the event. This aligns with Entman's (1993) explanation that frames organize beliefs and guide audience perception through selective emphasis on keywords and themes.

These frames are deliberately chosen in the headlines, which, according to Entman, render that part of the discourse more prominent. As readers usually begin with news headlines, these titles are designed to trigger the 'relevant knowledge' within the audience's mind for comprehending such news articles (Van Dijk, 1991). Topics in news reports are usually emphasized in the headline and formed as semantic macrostructures, comprising macro-propositions that semantically encompass and govern the lower levels of the micro-structure within the sentence (Van Dijk, 1980; 2017). Once more, while examining the headline DW. H3, the general significance of the subject presents Yazidis as though they have been fighting to survive in the Middle East. Consequently, the framing of DW. H3 suggests that Yazidis in the Middle East face extreme threats to their safety, presenting migration as their only viable option for survival. While the headline does not explicitly mention ISIS, the context of the Iraqi conflict during the period under analysis highlights the Yazidis' persecution, primarily by ISIS militants. Similarly, DW. H2 frames Christians as another religious group forced to flee due to existential threats, aligning with reports of systematic violence against minorities during the conflict. These headlines rely on implicit references to the broader situation in Iraq, where the persecution of religious minorities was widely attributed to ISIS's actions, reinforcing their vulnerability through the lens of religious identity.

Based on these headlines, the word 'fleeing' is an action verb attributed to the group of Christians and Yazidis. While it denotes an active movement, the broader framing positions them as passive actors in the discourse, as their actions are depicted as reactions to external forces—namely, the threats to their survival. This portrayal emphasizes their vulnerability and lack of agency in the face of persecution, framing them as victims of circumstances beyond their control. *Deutsche Welle's* framing not only highlights their precarious situation but also acknowledges them as a marginalized and oppressed ethnic group within the narrative of the conflict. Ultimately, the chosen headlines communicate a general message to the audience; they imply details that assist readers in recalling their understanding of the article's overall meaning. The title DW.H6 employs the verb 'pouring' to illustrate swift and energetic activities. The verb signifies flowing rapidly, suggesting metaphorically escaping quickly in this context. Additionally, it serves to represent the large influx of refugees and creates a portrayal of their departure, emphasizing the magnitude of the displacement in Iraq.

In general, *Deutsche Welle's* headlines, such as DW. H6, DW. H1, and DW. H4 commonly depicts Iraqi refugees through discourse topics centered on actions of fleeing and relocation. This portrayal emphasizes the immediate and urgent circumstances faced by these refugees. For instance, the recurrent use of action verbs like *fleeing* and references to specific geographic relocations highlight forced movement as a survival strategy. While not all readers may automatically associate these headlines with forced displacement caused by ISIS, the broader context of the refugee crisis in Iraq—widely covered in international media—helps frame these actions within that narrative. Readers

familiar with this crisis are likely to draw on their prior knowledge of events in Iraq, including ISIS's violent campaigns, to interpret these headlines as part of that larger story.

4.2. HEADLINES: CONSTRUCTING CHALLENGES AND DIFFICULTIES THE REFUGEES FACE

The narratives reflected in the headlines from Table 2 are presented as compassionate statements that concern the struggles faced by the refugees in Iraq. According to the headlines shown, *The Guardian* and *Deutsche Welle* often highlight displaced individuals as experiencing disastrous circumstances, which conveys to the audience that refugees encounter genuine dangers, despair, and subjugation, as illustrated in the headline TG. H9 and DW.H7.

Table 2. Headlines constructing the challenges

<p>TG. H8 Winter brings fresh threat to Iraq's refugees who fled the ISIS advance.</p> <p>TG. H9 Iraqi refugees 'facing genocide' to receive UK airdrop of aid.</p> <p>TG. H10 Mosul's children were shouting beneath the rubble. Nobody came.</p> <p>TG. H11 Hundreds at Iraq refugee camp ill from contaminated food.</p> <p>TG. H12 Millions of Iraqi children repeatedly and relentlessly targeted, says UN.</p> <p>TG. H12 UN says civilians at extreme risk as west Mosul offensive begins.</p> <p>TG. H14 Fight against Isis in Iraq could displace millions more people, UN says.</p> <p>TG. H15 Iraq humanitarian crisis has reached highest level, UN aid officials warn.</p> <p>TG. H16 Iraqis are fleeing violence in Anbar at rate not seen since civil war, says UN.</p> <p>DW. H7 Iraqi refugees face 'catastrophic' conditions.</p> <p>DW. H8 Fleeing from 'IS', Iraqis left in limbo.</p> <p>DW. H9 UN: Not enough money for refugees in Iraq.</p> <p>DW. H10 Mosul offensive to displace a million people, UNHCR warns.</p> <p>DW. H11 UN: Not enough money for refugees in Iraq.</p> <p>DW.H12 UN: Civilians 'trapped' inside Iraq's Fallujah</p> <p>DW.H13 UN: Nearly half a million Iraqis flee Mosul fighting</p>

The Guardian's narrative clearly illustrates the circumstances of the refugees and the supportive role of the UK. In this regard, the title TG. H9 suggests a perspective on the UK's role in the crisis. As *The Guardian* is a UK-based newspaper, one might infer that it often backs campaigns for sociopolitical reasons, particularly concerning minorities, or it may aim to inform readers about this assistance. Regarding the German perspective, for example, the headline DW.H7 indicates that Iraqi refugees faced harsh conditions, since the term 'catastrophic' implies evidence of unfortunate situations, thus it assumes knowledge that aids readers in understanding the general significance of the article. Additionally, the title TG. H8 focuses on the term 'winter' as the central theme regarding the urgent plight of refugees. While the details regarding the Iraqi refugee crisis

may linger in the reader's mind, the headline provides clear and abundant information indicating that numerous factors contribute to an additional threat. Conversely, the headline DW.H8 from Germany suggests that Iraqi refugees have been overlooked for an extended period. The term 'limbo' indicates that the refugees find themselves in a state of uncertainty; they are unable to act in circumstances where their lives are not prioritized.

In summary, *The Guardian* and *Deutsche Welle* generally employ distinct framing discourses when discussing the challenges of the Iraqi refugee crisis, yet they adopt a similar approach regarding the overarching issues at the macro-discourse level. *The Guardian* often evokes emotional responses from readers by presenting children in its news headlines (e.g., TG.H10).

Another prominent subject that emerged as a significant emphasis for *The Guardian* and *Deutsche Welle* was the portrayal of the UN in the news headlines. From the chosen headlines, there is a trend to regard the UN as a dependable source when highlighting the challenges that refugees encounter. In this context, according to the British and German media outlets, the speech-reporting verbs, says and warns, are directly linked to the UN speakers. This indicates that the employment of these verbs in headlines is current and impartially conveyed to the audience, allowing readers to gain further insights into the subject, emphasizing the significance of these reports, and fostering confidence in the presented headlines. *The Guardian* and *Deutsche Welle* report on the use of the UN as a framework in headlines to assess the Iraqi refugee crisis and highlight the severe challenges brought about by war and violence. Additionally, the discourse in these headlines suggests that the editors of *The Guardian* and *Deutsche Welle* aim to present information about refugees in a way that appears impartial and straightforward, reflecting what Yamashita (1998) might describe as a balanced or fair judgment. This notion of 'natural judgment' refers to the presentation of reported facts in a manner that does not overtly align with or promote a specific political agenda. Instead, the headlines are structured to convey the events as objectively as possible, allowing readers to interpret the information without perceiving overt media bias.

Explicitly, *The Guardian* news headlines show more styles of reporting verbs to frame the refugees in a natural approach, which might indicate the way the newspaper attempts to influence readers. For example, in headline TG. H8 "Winter brings fresh threat to Iraq's refugees who fled the ISIS advance", the use of "brings" suggests an inevitability or worsening of the refugees' situation, implying that the refugees are caught in an ongoing and worsening crisis. Headline TG. H11 "Hundreds at Iraq refugee camp ill from contaminated food", uses the words "ill" and "contaminated" focusing on the refugees' vulnerability and the external causes of their suffering, pointing to neglect or failures in aid systems.

The Guardian's coverage of the UN Speech Act often emphasizes these actions by highlighting the UN's appeals as solidarity statements addressing the dire circumstances encountered by Iraqis, particularly minorities. Moreover, the UN is represented in a collection of news headlines regarding discussions as informative subjects. This indicates that *The Guardian* employs informative frames to highlight the UN's involvement in the Iraqi refugee crisis through different actions, statements, and alerts, as shown in Table 2.

Conversely, while reviewing the headlines from *Deutsche Welle*, there exists a common tendency to represent the UN in news narratives using straightforward assertions — meaning that *Deutsche Welle's* coverage of the UN often neglects attribution verbs like 'states,' 'alerts,' 'requests,' and 'requires.' In contrast to *The Guardian's* approach,

there are numerous straightforward assertions about the UN's involvement in news discussions. Additionally, *Deutsche Welle* holds a somewhat distinct viewpoint concerning the UN actor concerning the sentence-level topic — in other words, considering the overall headlines, they can typically be categorized into two segments, according to their structure. The initial aspect is the topicalization of the UN, which is highlighted to attract the reader's attention to the subject. The second aspect is the discursive component of the illustrated theme. This section creates a vivid picture of the difficult circumstances the refugees endure. As shown in the following headline, we observe that the UN is highlighted separately from the micro-structure level. For instance, DW. H11: "UN: Insufficient funds for refugees in Iraq."

Overall, *The Guardian* and *Deutsche Welle* adopt a similar method in portraying the UN in news headlines yet exhibit minimal variation in how their editors utilize this framework to illustrate the struggles faced by refugees. Furthermore, employing the UN as a framework in both perspectives emphasize the significance of this entity and uncovers the challenges that refugees encounter in Iraq.

4.3. HEADLINES: CONSTRUCTING THE SOCIOPOLITICAL DISCOURSES

The following analysis focuses on specific framing strategies and linguistic elements that contribute to the construction of socio-political discourses. These include the use of action verbs (e.g., "fleeing," "arrest"), evaluative adjectives (e.g., "suspected," "catastrophic"), and nominalized subjects (e.g., "refugees," "migrants") to emphasize or de-emphasize agency and responsibility. Additionally, the study examines micro-structural elements like word choice, syntactic arrangement, and presuppositions embedded in the headlines, as well as macro-structural topics such as the depiction of refugees as either victims or threats. By analyzing these features, the headlines are evaluated in terms of their ability to evoke cognitive frames that influence the readers' perceptions of refugees and socio-political events.

Table 3. Headlines framing refugees concerning socio-political discourses

TG. H17 UK government faces calls to shelter Yazidi refugees persecuted by Isis.
TG. H18 MPs urge home secretary to extend resettlement scheme to members of Iraq's Yazidi community, many of whom have suffered rape, torture and sexual slavery
TG.H19 MPs unanimously declare Yazidis and Christians victims of Isis genocide
TG.H20 David Cameron cuts holiday short by a day over Iraq crisis
TG.H21 UK steps up role in Iraq with move to aid Kurds and Yazidis against Isis
TG.H22 British forces drop humanitarian supplies to Yazidi refugees in Iraq
TG.H23 Iraq: Britain will 'play role' in arms transport, says David Cameron: David Cameron says Britain will help to transport ammunition and arms to Kurdish forces on the ground in Iraq, but will not supply weapons directly
TG.H24 British SAS sent to Iraq on 'intelligence' mission before airlift of Yazidi refugees

DW.H14 Trial of Iraqi suspect in murder of German teen gets underway:
DW.H15 German police arrest 3 Iraqi refugees suspected of planning terror attack:
DW.H16 Iraqi migrant detained on suspected rape charges in Bochum
DW.H17 Iraqi refugees seek family reunion in Germany:
DW.H18: Iraqi refugee shares his success story as an entrepreneur in Germany.
DW.H19: Germany turning away more Yazidi refugees.
DW.H20: Germany wants to facilitate repatriation of thousands of Iraqis.
DW.H21: German minister in Iraq to promote repatriation

Based on the headlines selected, *Deutsche Welle* depicts Iraqi refugees by using two approaches: positive and negative discourse. When looking at the headlines below, for instance,

DW.H14: Trial of Iraqi suspect in murder of German teen gets underway:
DW.H15: German police arrest 3 Iraqi refugees suspected of planning terror attack:
DW.H16: Iraqi migrant detained on suspected rape charges in Bochum
we can observe, on the one hand, that they consist of comparable topics expressing a related meaning of underlying propositions about the negative discourse of Iraqi refugees in Germany, highlighting the illegal actions of those refugees. On the other hand, however, the adjective ‘suspected’ suggests that the inference drawn from the German authority is uncertain since the adjective connotes meanings that refugees may have committed a crime or illegal action, but it is not for sure. The word “suspected” in the phrase “suspected refugees” implies that there is uncertainty about whether the refugees have committed a crime or illegal act. The use of “suspected” suggests that the authorities have reason to believe something, but they do not have enough evidence to confirm it as fact. The adjective introduces an element of doubt, indicating that the inference is based on suspicion rather than certainty. This cautious framing could be used to avoid making definitive accusations or judgments without concrete evidence. It allows for the possibility that the refugees might not be involved in any illegal activity, hence maintaining a level of ambiguity in the discourse.

In this regard, this framing could encompass unfavorable actions by the primary dominant group (Van Dijk, 2018), such as seen in the headline DW.H15 “German police detain 3 Iraqi refugees believed to be plotting a terror attack.” Additionally, choosing frames like ‘planning a terrorist act,’ ‘homicide,’ or ‘alleged sexual assault charges’ at the micro-structure level enhances the visibility of the discourse for the readers.

Such phrases give readers a hint that connects these frameworks to an overarching meaning, enabling them to grasp the full message of an article. Utilizing these words as frameworks at the sentence-structure level implies information that aids the audience in tapping into their general knowledge related to the context of news articles concerning the migration dilemma in Germany, as it is an essential aspect of the readers' cultural and social awareness. Given that propositions are often expressed either explicitly or implicitly in news discourse, readers/recipients can comprehend such topics by drawing on their shared knowledge of the world (Van Dijk, 2018). In this sense, the recipients consider assumptions or expectations of information that may be accurate or

inaccurate, but in general, they apply to the situation in Germany. As a result, readers' mental representations, incorporating semantic elements like entailments, references, and lexical terms, assist them in comprehending and inferring details about the situation in Germany. In other terms, the addition of coverage regarding Iraqi refugees by *Deutsche Welle*, a media outlet from Germany, appears to be somewhat hostile towards Iraqi refugees in Germany, fostering a negative narrative in the reader's perception. Conversely, the term 'Germany' is framed as the central subject in news titles, for example, DW.H19: Germany rejecting more Yazidi refugees.

DW.H20: Germany wants to facilitate repatriation of thousands of Iraqis.

DW.H21: German minister in Iraq to promote repatriation

The general implication of the headlines above creates the issue of migration in Germany due to the influx of undocumented Iraqis. Therefore, *Deutsche Welle* often portrays the term 'Germany' as experiencing a political dilemma — and the nation is depicted as being in the most challenging situation as *Deutsche Welle* presents Iraqi refugees concerning particular accusations such as violent acts, terrorism, and sexual assault, as shown in the previously analyzed headlines. Conversely, the meanings in headlines like DW.H19, DW.H20, and DW.H21 entail a linguistic presupposition, as the micro-structures in these headlines are activated by factive verbs employing particular discourse structures, such as to enhance, to advocate. Such assumptions in newspapers can influence the interpretation process, or the mental frameworks of the audiences, particularly in political and media contexts. This might relate to 'the criminality of migrants', implying that the Iraqi refugees featured in the headlines are accountable for criminal behavior in Germany (Van Dijk, 2018). Given that presuppositions generally reflect the shared knowledge of the recipients and speaker concerning what is deemed as 'common ground,' this pertinent knowledge can be recognized in both the comprehension and creation of a portion of discourse (Van Dijk, 2018). Consequently, the macro-propositions of the headlines presented in *Deutsche Welle* are, in some way, employed to influence understanding as well as the interpretation by the audience. In this regard, the headlines provide readers with a clear indication that will connect these headlines to the perspective that readers will ultimately explore such subjects. Conversely, refugees are portrayed positively in discussions, like in DW.H17 "Iraqi refugees pursue family reunification in Germany" or DW.H18 "Iraqi refugee recounts his journey as a successful entrepreneur in Germany."

These headlines subsequently frame the term 'Germany' as the central theme of the underlying ideas regarding the actions of Iraqi refugees in Germany. In this context, the term 'Germany' is presented in headlines as a permissive nation for providing asylum, as the discourse framework 'seek family reunion' carries implications that are taken to be either true or false for another discourse framework to hold significance. Additionally, the headline DW.H17 implies that Iraqi refugees are likely to find employment in Germany — and this assumption can be evidenced in the headline through the particular discourse structure, like an entrepreneur in Germany. Consequently, the general implication of the headline suggests that Iraqi refugees are portrayed as proactive participants in business activities in Germany.

In *The Guardian's* sociopolitical discussions, the term 'UK' appears in headlines that highlight the nation's significant efforts to address the Iraqi refugee crisis, particularly concerning the Yazidis in Iraq. The title, TG.H21 "UK increases involvement in Iraq by aiding Kurds and Yazidis against ISIS", emphasizes the UK's active participation in the crisis, leveraging its resources and influence to support Yazidis and Kurds in their fight

against ISIS. It similarly emphasizes the UK as the primary subject of the proposal, as the phrasal verb 'steps up' implies that the UK has acted in response to the Iraqi refugee crisis. Another measure associated with Iraqi refugees, particularly Yazidis in UK media, involves political appeals for their protection highlighted in reports like TG. H17 "The UK government is urged to protect Yazidi refugees targeted by Isis."

Implicitly, this kind of coverage highlights the political actions while at the same time creating the presupposition that the UK government is making decisions to protect Yazidis. And yet, besides the political calls expressed in the headline, there is a focus on the religious identity, especially Yazidis. This suggests that *The Guardian* is likely to take a political stance regarding the efforts of the UK government. Conversely, there exists a significant discourse and semantic framework, like TG. H18: 'MPs call on the home secretary to broaden resettlement initiative for Iraq's Yazidi community' from the headline, outlines a speech in which a UK member of parliament is pressing the British home secretary to act concerning the Yazidis in Iraq. This request is essential because the home secretary leads the home office and therefore has access to decision-making. Additionally, when examining the headlines presented in *The Guardian*, there is a strong emphasis on minorities concerning the Iraqi refugee crisis within the British sociopolitical narrative, as illustrated in TG.H19 "MPs unanimously recognize Yazidis and Christians as victims of Isis genocide." This dialogue follows the intense political pressures from MPs, prompting the UK government to take action against the ISIS genocide of Yazidis and Christians in Iraq.

By emphasizing the British MPs who have responded to the criminal acts against Yazidis and Christians, such headlines aim to influence readers' perspectives on these policies. In this regard, the overall structure of the headlines indicates that *The Guardian's* discourse often highlights the UK's involvement in supporting the trapped Yazidis in the mountains and the displaced Christians. Moreover, the chosen frames in headlines may indicate a form of endorsement by emphasizing the concrete actions of British politicians in handling the Iraqi refugee crisis, a role that has been framed as a political position. It can also serve as a social and political viewpoint for achieving attitudes and political objectives (e.g., headline TG.H20 "David Cameron shortens vacation by a day due to Iraq crisis.").

More explicitly, in the following headline, TG.H23: Iraq: Britain will 'play a role' in arms transport, says David Cameron: David Cameron says Britain will help to transport ammunition and arms to Kurdish forces on the ground in Iraq, but will not supply weapons directly. The general meaning of the proposition reveals that the word 'Britain' serves as the central topic in the discourse segment. Topics are often associated with macrostructures that guide and influence the meanings of the sentences within the discourse's microstructures (Van Dijk, 1980). This suggestion, therefore, conveys significance as the title regarding Iraq can be articulated through dynamic modality due to the modal auxiliary 'will' indicating capability or readiness (Palmer, 2001). In this regard, both the noun Britain and the auxiliary model will indicate that the statement originates from British Prime Minister David Cameron and is grounded in the idea of some commitment. This indicates that *The Guardian* often depicts the UK's involvement in Iraq by utilizing information that readers might accept regarding these occurrences or actions, emphasizing pertinent elements in which the newspaper employs such modalities in its discourse. The semantic macrostructure in headline TG.H21 indicates that *The Guardian* employs the term 'UK' as a framing device concerning the intervention in Iraq by pursuing a long-term strategy to supply military equipment to the forces of the Iraqi

Kurds. This also indicates that the headline suggests Britain is actively involved in providing arms to combat ISIS, thus, the nation will be utilizing its military assets to assist the displaced individuals, particularly Yazidis in northern Iraq. And still, in addition to the arms transfer policy, the phrase ‘play role’ is employed metaphorically to signify the clear act of engagement concerning the Iraqi refugee crisis.

Furthermore, regarding the headline, TG.H24: British SAS dispatched to Iraq on an ‘intelligence’ mission prior to the evacuation of Yazidi refugees, it is notable that the headline employs military action as the central theme of the statement. Specifically, the main interpretation of this statement reveals two prominent subjects in this title: (1) Yazidis are portrayed as a non-Muslim minority group encountering a severe plight, and (2) the Special Air Service (SAS), a specialized unit of the British army, intervenes for Yazidi refugees. Nevertheless, in addition to these two perspectives, *The Guardian*, a UK-based newspaper, highlights its own nation as a significant social participant in the Iraqi refugee crisis. As the term Britain has been illustrated as a framing tool, it enhances the visibility of the discourse segment for the readers (Entman, 1993). Thus, the term ‘intelligence’ is emphasized in the micro-structure as a frame segment, consequently, the term embodies the UK’s mission and its function in gathering information or assessments regarding the Yazidi refugees and their circumstances.

Overall, the usage of the term Britain in the context of *The Guardian* serves to enhance the perception that the UK is actively involved in combating ISIS, supplying weapons, and expressing support for ethnic minorities in Iraq. This is evident as *The Guardian* emphasizes the selection of the news segment more prominently in the communicative headline. Because news frames are shaped by choosing, for instance, metaphors, keywords, or terms that are emphasized in conversation (Entman, 1991), these headlines clearly enhance the UK’s role, making it more prominent and evident to the audience. According to Entman’s framing analysis, this framing in political news discourse reflects an exercise of power (Entman, 1993). Consequently, this indicates that *The Guardian* often highlights the UK’s position as a key player to dominate the narrative. Even though headlines play important cognitive roles, such frames in discourse organization are purposefully utilized by readers when interpreting information to formulate the overall meaning or theme of the article by leveraging their relevant knowledge (Van Dijk, 1991).

5. DISCUSSION

The above analysis of the news headlines indicates that *The Guardian* and *Deutsche Welle* convey the idea that the exodus of Iraqis is a social problem. To this end, the Iraqi refugee crisis in the headlines is analyzed by constructing Entman’s framing analysis and Van Dijk’s Socio-cognitive analysis. The analysis presented in the previous section demonstrates that both *The Guardian* and *Deutsche Welle* framed the refugee crisis through forced displacement discourses, highlighting Iraqi refugees as central topics within semantic macrostructures. Such framing aligns with Hart’s (2010, 2011) observations on force-dynamics schemas in anti-immigration discourse, where metaphors of movement, threat, and containment often dominate. Similarly, Musolf’s (2011, 2016) studies on migration metaphors underscore how displacement is frequently represented in terms of physical invasion or flow, invoking cognitive schemas of threat and destabilization. While the headlines analyzed here evoke emotional responses by focusing on forced displacement and ISIS, their linguistic strategies may conform to broader

patterns of framing refugees in a manner that could invoke anti-immigration sentiments or reinforce perceptions of refugees as passive victims requiring external intervention (Porto, 2022). Further comparison with Silaški and Đurović's (2019) findings on Balkan migration discourse might reveal parallels in how shared cultural and cognitive schemas shape refugee narratives across different geopolitical contexts. Moreover, such a depiction can thus help increase the reader's engagement as the depicted headlines show more 'salient in the communicative text' (Entman, 1993).

Moral assessment is another element of the framing function. In general, despite the growing worry in the headlines about the suffering of trapped Iraqis. It has been noted that this feature is seldom utilized in *The Guardian* and *Deutsche Welle* (Abed & Mas, 2023). In other words, moral evaluation is implicitly employed in the headlines to assess the individuals and their impact on the news. This indicates that *The Guardian* and *Deutsche Welle* utilize headlines that tackle subjects by emphasizing the ethical issues raised by another entity, like the UN. Therefore, this closeness implies that both sources express this frame function simply by highlighting the UN discourses, as making assessments can only occur through trustworthy and ethical actions defined by the perspectives of *The Guardian* and *Deutsche Welle*. Moreover, the analysis reveals that the main focus in headlines is that writers and editors take no action while expressing concern about refugees when discussing the Iraqi refugee crisis. This leads *The Guardian* and *Deutsche Welle* to reveal the proposals of other entities, including the presentations from the UN, UK, and German officials; when these figures suggest solutions, they may be chosen, cited, or implemented.

The analysis reveals that *The Guardian's* empathetic narrative regarding Iraqi refugees, particularly Yazidis and other minority groups, is both explicitly and implicitly linked to the socio-political discourse of UK policymakers. In other words, there is an overall inclination to portray Yazidis within semantic macrostructures as the primary central themes related to British socio-political discussions. In other words, the analysis uncovers various discourse practices and highlights certain macrostructures that policymakers employ to establish and demonstrate solidarity with Yazidi refugees, such as British MPs and the UK government. In this regard, the political discussions related to Yazidis often evoke empathetic reactions, emphasizing that Yazidi refugees, whose plight poses an issue for the global community, require assistance. This portrayal in *The Guardian* is employed to regulate, convey, and oversee information to modify views, ideologies, and convictions (Smith, 2019). In summary, crafting the political messages in headlines fosters unity by creating a reality that *The Guardian* aims for the readers to develop, creating support and consensus (Alharbi & Rucker, 2023). It can be stated that the political appeals illustrated in *The Guardian* follow the House of Commons, as Foreign Secretary Philip Hammond announced that Britain would offer humanitarian assistance to Yazidi refugees.

In comparison, *Deutsche Welle's* reporting employs varying depictions of the Iraqi refugee crisis, creating two discourse practices: positive and negative narratives. The most prominent frame of action related to Iraqi refugees in German news headlines pertains to discussions about victimization in Iraq: undergoing severe hardships and disastrous situations while escaping from war and violence within Iraq. The examination further reveals that the framing of refugees as victims can be recognized within the discourse practices of *Deutsche Welle*. This representation suggests that multiple perspectives exist, showing that Iraqi refugees, particularly Yazidis and Christians, are seen as victims suffering from forced displacement, genocide, and demographic changes

in Iraq. The examination shows that *Deutsche Welle* reflects the formation of solidarity with Iraqi refugees in Germany. In other words, the news headlines clearly show that numerous Iraqi refugees are pursuing family reunification and requesting asylum in Germany. The reality is that numerous Iraqis have presented their paperwork to the German authorities to request asylum. Furthermore, the Iraqi ambassador, Hussain M. F. Alkhateeb, stated that the estimated number of refugees applying for asylum in Germany in 2015 was around 122,000 (Ai, 2020). During that period, the open-door policy was among the German strategies that showcased Angela Merkel's principles and choices in policy formulation, "therefore, inherent empathy and associated feelings, like compassion or sympathy, could be included in the personal mental frameworks that shape strategies for forthcoming or current acts of solidarity" (Van Dijk, 2021: 17).

Furthermore, there is a clear inclination to portray Iraqi refugees in the German media narrative as undesirable criminals accountable for terrorist acts in Germany (Abed & Mas, 2023). The portrayal of them in *Deutsche Welle* as executing terror attacks creates the idea of illegality and the challenge of arriving in Germany. The notable anti-refugee attitude observed during various political events, particularly the public elections in Germany, appears to be directly linked to the notion of national sovereignty and the social movement associated with the far-right (Dostal, 2017). The open-door policy leads to significant repercussions for the German government. As a result, Germany's previous chancellor Angela Merkel did not take action concerning refugees wishing to settle in Germany; meanwhile, the right-wing party, the 'Alternative for Germany,' reinforced this stance, and Merkel also consented to enhance border regulations as a compromise initiative (Sola, 2018). Moreover, aside from these activities, the creation of criminal actions and the repatriation of thousands of Iraqis in *Deutsche Welle* can clearly illustrate a political narrative. Discourse topics of this kind usually involve ideologies structured around the idea of the divide between 'good' and 'bad' (Van Dijk, 201), and the act of repatriation politically and overtly implies that illegal Iraqis do not add value to German society. This representation can assist recipients in deducing the frames implying that refugees are required to depart from Germany.

6. CONCLUSION

The research paper arrives at these conclusions: First, traditionally, news headlines typically serve a dual purpose: they summarize what follows and capture interest. Nonetheless, journalistic frames regarding global and social happenings contribute to forming the overall perception of the compelling appeal of a headline. Consequently, it remains rare for a headline to feature varying levels of dimensions, including macro frames, compared to the main text it introduces. Considering this assertion and utilizing the socio-cognitive perspective, macro-structures in news headlines are abstract and cannot be directly expressed; however, certain drawing principles that emphasize the relationship between macrostructure and microstructure levels ought to be acknowledged when interpreting and analyzing news headlines (Van Dijk, 1995). This kind of mapping might lead to the creation of intricate functions and convey overall meaning in discourse (Van Dijk, 1977). Readers rely completely on their overall knowledge, utilizing the broader context to achieve an accurate understanding of the news articles they encounter.

Next, examine how frames interact in the context of the critical approach in both discourse and practice. This paper asserts that the methodological and theoretical

framework of CDA and framing is multidisciplinary. Given that framing entails cognitive processes, particularly within communicative text (Entman, 1993), the social cognitive approach (SCA) to CDA is particularly pertinent for a comprehensive review of framing studies, as it zeroes in on the two primary concepts employed in the framing research paradigm: discourse and cognition (Van Dijk, 2008; Van Dijk, 2023). Conversely, as a method of cognitive CDA, and drawing from Hart's argument (2023), framing constitutes one of the dimensions of construals in cognitive CDA since the framing and structural arrangement in cognitive CDA depends on frames and event frames respectively. They each provide varying degrees of significance in shaping the overall perception of events that the reader is likely to develop in reaction to texts.

The main framing strategies identified in the data from the analysis of headlines in *The Guardian* and *Deutsche Welle* regarding the Iraqi refugee crisis are the following: (i) emphasis on vulnerability, as both newspapers highlight the plight of ethnic-religious minorities, particularly Yazidis and Christians, framing them as vulnerable and marginalized groups facing existential threats, (ii) humanitarian focus (the headlines often frame the refugee crisis within a humanitarian context, emphasizing the need for compassion and support for those affected), (iii) political contextualization, and (iv) narrative of forced displacement.

Third, the comparative findings lead to these conclusions: firstly, the alterations in *Deutsche Welle*'s news titles indicate that the publication is influenced by political occurrences and the decisions made by policymakers in Germany. Secondly, the employment of empathetic language regarding Iraqi minorities in the British online newspaper reflects how *The Guardian* is politically influenced by those significant appeals. Third, both *The Guardian* and *Deutsche Welle* adopt a similar strategy in their headlines, identifying ISIS as a key player responsible for the issues. According to Entman (1993), one sentence may serve multiple functions. For *The Guardian* and *Deutsche Welle*, the initial two functions of problem identification and causal interpretation are often employed for a single headline. In some instances, a single headline might encompass more than one of these four framing functions, yet many headlines in a communicative text may not fulfill any of them. A frame in a particular text might not necessarily include all four functions.

Our analysis reveals a significant interaction between the variables of ideology and culture in shaping framing strategies employed by *The Guardian* and *Deutsche Welle*. *The Guardian*, with its left-leaning ideology, emphasizes a humanitarian and empathetic approach, advocating for the moral obligation to support vulnerable ethnic-religious minorities, which aligns with progressive values. In contrast, *Deutsche Welle* reflects the cultural and political context of Germany, focusing on national policy and public sentiment towards refugees, thus incorporating a more critical examination of the socio-political implications of migration. This interplay influences public perception, as *The Guardian* fosters a compassionate view of refugees deserving support, while *Deutsche Welle* prompts a more nationalistic perspective that considers the challenges of accommodating refugees within Germany. Ultimately, the ideological and cultural contexts of each media outlet significantly shape the narratives constructed around the refugee crisis and the societal attitudes that emerge from them.

The study acknowledges certain limitations that warrant consideration for future research. One significant limitation is the focus on a specific set of media outlets, which may not fully capture the diversity of framing present in other news sources or cultural contexts. Additionally, the analysis primarily centers on textual elements, potentially

overlooking the impact of visual imagery and multimedia components that accompany headlines in digital news. Future research could expand the scope by including a broader range of media platforms and examining how visual framing interacts with textual framing to shape public perceptions of refugees. Furthermore, longitudinal studies could provide insights into how framing evolves over time in response to changing sociopolitical landscapes, thereby enriching our understanding of the dynamic nature of media representation and its implications for social attitudes toward refugees.

REFERENCES

- Abed, Ahmed and Mas, Josep Angel (2023). How are Iraqi refugees depicted in media discourse headlines? A critical discourse analysis of the British newspaper The Guardian and the German Deutsche Welle. In: Francisco Javier de Santiago-Guervós (lit. ed.), Teresa Fernández Ulloa (lit. ed.), Miguel Soler Gallo (lit. ed.) *El discurso como herramienta de control social*. Berlin: Peter Lang.
- Abdel-Raheem, Ahmed (2023). Semantic macro-structures and macro-rules in visual discourse processing. *Visual Studies*, 38(3–4), 407–424.
- Abdel-Raheem, Ahmed and Alkhamash, Reem (2022). To get or not to get vaccinated against COVID-19: Saudi women, vaccine hesitancy, and framing effects. *Discourse & Communication*, 16(1), 21–36.
- Ai, Weiwei (2020). 078 Hussain M F Alkhateeb, Iraqi Ambassador to Germany Berlin, Germany, 2016-07- 29. In: B. Cheshirkov, R. Heath & C. Yap (Ed.), *Human Flow: Stories from the Global Refugee Crisis* (pp. 290–295). Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691208060-080> [Accessed on 20 March 2024].
- Alharbi, Ahlam and Rucker, Mary (2023). Discursive practices of the performative theory of solidarity discourse. *Language Sciences*, 95, 101515.
- Altheide, D. L. (1997). The news media, the problem frame, and the production of fear. *The Sociological Quarterly*, 38(4), 647–668.
- Ausat, A. M. A. (2023). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35–44.
- Bednarek, Monika and Caple, Helen (2012). Value added: Language, image, and news values. *Discourse, context & media*, 1(2–3), 103–113.
- Bednarek, Monika and Caple, Helen (2017). *The discourse of news values: How news organizations create newsworthiness*. Oxford: Oxford University Press.
- Bell, Allan (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Belmonte, I. A., & Porto, M. D. (2020). Multimodal framing devices in European online news. *Language & Communication*, 71, 55–71.
- Berry, M., Garcia-Blanco, I., & Moore, K. (2016). Press coverage of the refugee and migrant crisis in the EU: A content analysis of five European countries. *Online Research Cardiff*. <https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/87078/>
- Brown, Katy and Mondon, Aurelien (2021). Populism, the media, and the mainstreaming of the far right: The Guardian’s coverage of populism as a case study. *Politics*, 41(3), 279–295.

- Caballero-Mengibar, A. (2015). Critical discourse analysis in the study of representation, identity politics, and power relations: a multi-method approach. *Communication & Society*, 28(2), 39-54.
- Chong, Dennis and Druckman, James (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science* (10): 103–126.
- Chouliaraki, L. (2006). *The Spectatorship of Suffering*. London: Sage.
- Costa-Sánchez, Carmen, Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel and López-García, Xosé (2020). Transmedia or repurposing journalism? News brands in the era of convergence. Compared study of Greek elections coverage by El País (ES), The Guardian (UK), La Repubblica (IT), and Público (PT). *Journalism*, 21(9), 1300–1319.
- Creswell, John (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Newbury Park: Sage Publications.
- Cvetkovic, Ivana and Pantic, Mirjana (2018). Multimodal discursivity: Framing European Union borders in live-blogs. *Journal of Communication Inquiry*, 42(4), 318–339.
- Develotte, Christine and Rechniewski, Elizabeth (2001). Discourse analysis of newspaper headlines: a methodological framework for research into national representations. *The Web Journal of French Media Studies*, 4(1), 1–12.
- Dor, Daniel (2003). On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of pragmatics*, 35(5), 695–721.
- Dostal, Jörg Michael (2017). The German Federal Election of 2017: How the wedge issue of refugees and migration took the shine off Chancellor Merkel and transformed the party system. *The Political Quarterly*, 88(4), 589–602.
- Drmic, Ivana (2021, 28 June). DW's global reach in 2020. *Deutsche Welle*. Available at: <https://corporate.dw.com/en/dws-global-reach-in-2020/a-58027793> [Accessed on 29 April 2024].
- Entman, Robert M. (1991). Framing US coverage of international. *Journal of Communication*, 41(4), 52.
- Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- EU, E. (2015). A European agenda on migration. *The Review of International Affairs*, 66(1160), 145-173.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse* (Vol. 270). London: Routledge.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Fairclough, N. (2013). *Language and power*. Routledge.
- Fahim, Muhammad and Islam, Md-Nazmul (2024). Mapping the Air Time of Eastern & Western Media on Conflict and War: A Comparative Study of BBC, DW, TRT and Al Jazeera on the Coverage of Second Nagorno-Karabakh War & the Aftermath. *Communication & Society*, 37(1), 79–98.
- Filardo-Llamas, L., Morales-López, E., & Floyd, A. (Eds.). (2021). *Discursive approaches to sociopolitical polarization and conflict*. Routledge.
- Floyd, A. (2017). Media representations of recent human migrations to the United Kingdom and other Western countries. *Developing New Identities in Social Contexts. Constructivist Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 107-132.

- Fusco, Flavia (2023). Following mixed migration trajectories from Iraq: When, how, and why Europe became a major destination for Iraqis. In: Asli Selin Okyay, Luca Barana, and Colleen Boland (Eds.). *Global Politics and Security. Diverse Trajectories and Multidimensional Drivers of Migration across the Mediterranean and the Atlantic*. (p. 69), Peter Lang Group AG.
- Goffman, Erving (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Northeastern University Press.
- Gomis, Elsa (1992). The headlines in the press. Origin, objectives, and functions. *Studies Journalism*. Complutense University of Madrid, pp. 57–64.
- Gyollai, Daniel (2022). The sociocognitive approach in critical discourse studies and the phenomenological sociology of knowledge: intersections. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 21(3), 539–558.
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. *Journal of social and political psychology*, 1(1), 321–336.
- Hart, Christopher (2010). *Critical discourse analysis and cognitive science: New perspectives on immigration discourse*. Basingstoke: Palgrave.
- Hart, C. (2011). Force-interactive patterns in immigration discourse: A Cognitive Linguistic approach to CDA. *Discourse & Society*, 22(3), 269–286.
- Hart, Christopher (2014). *Discourse, grammar, and ideology: Functional and cognitive perspectives*. London: Bloomsbury.
- Hart, Christopher (2023). Frames, framing and framing effects in cognitive CDA. *Discourse Studies*, 25(2), 247–258.
- Haslam, N. (2006). Dehumanization: An integrative review. *Personality and social psychology review*, 10(3), 252–264.
- Hellsten, Lina, Dawson, James and Leydesdorff, Loet (2010). Implicit media frames: Automated analysis of public debate on artificial sweeteners. *Public Understanding of Science*, 19(5), 590–608.
- Hope, Mat (2010, March). Frame Analysis as a Discourse-Method: Framing ‘climate change politics’. In: Proceedings of Post-Graduate Conference on Discourse Analysis, Bristol. Available at: <https://www.Scribd.com/document/338564425/Frame-Analysis-as-a-Discourse-Method-Framing-Climate-Change-Politics-Mat-Hope> [Accessed 25 April 2024].
- Ilgit, A., & Klotz, A. (2018). Refugee rights or refugees as threats? Germany’s new asylum policy. *The British Journal of Politics and International Relations*, 20(3), 613–631.
- Junuzi, V. (2019). Refugee Crisis or Identity Crisis: Deconstructing the European Refugee Narrative. *Journal of Identity & Migration Studies*, 13(2).
- Kharbach, Mohamed (2020). Understanding the ideological construction of the Gulf crisis in Arab media discourse: A critical discourse analytic study of the headlines of Al Arabiya English and Al Jazeera English. *Discourse & Communication*, 14(5), 447–465.
- Kress, Gunther (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*: New York City, YN: Routledge.
- Kuypers, J. A. (2002). *Press bias and politics: How the media frame controversial issues*. Bloomsbury Publishing USA.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago press.

- Majid, Aisha (2022, November 3). Top 50 newsbrands in the UK: Telegraph and Guardian were fastest-growing major outlets in September. *Press Gazette*. Available at: <https://pressgazette.co.uk/most-popular-websites-news-uk-monthly/> [Accessed 24 April 2024].
- Martínez Lirola, María (2017). Linguistic and visual strategies for portraying immigrants as people deprived of human rights. *Social Semiotics*, 27(1), 21–38.
- McCombs, M., & Valenzuela, S. (2020). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*. John Wiley & Sons.
- Molek-Kozakowska, Katarzyna (2013). Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines. *Discourse & Communication*, 7(2), 173–197.
- Montgomery, Martin, and Feng, Debing (2016). Coming up next: The discourse of television news headlines. *Discourse & Communication*, 10(5), 500–520.
- Musolff, A. (2011). Migration, media and "deliberate" metaphors. *Metaphorik. de*, 21, 7–19.
- Musolff, A. (2016). Metaphor and persuasion in politics. In Elena Semino and Zsófia Demjén (Eds.). *The Routledge handbook of metaphor and language* (pp. 327–340). Routledge.
- Norwegian Refugee Council/Internal Displacement Monitoring Centre (NRC/IDMC). (2015) *Iraq: IDPs caught between a rock and a hard place as displacement crisis deepens*, 30 June 2015, <https://www.refworld.org/reference/countryrep/idmc/2015/en/105724> [Accessed 24 April 2024]
- Palmer, Frank Robert (2001). *Mood and modality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pan, Zhongdang and Kosicki, Gerald M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political communication*, 10(1), 55–75.
- Porto, M. D. (2022). Water metaphors and evaluation of Syrian migration: The flow of refugees in the Spanish press. *Metaphor and Symbol*, 37(3), 252–267.
- Reese, S. D. (2001). Prologue—Framing public life: A bridging model for media research. In S. D. Reese, O. H. Gandy Jr., & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 7–31). Routledge.
- Reah, Danuta (1998). *The language of newspaper*. London: Rutledge.
- Riordan, Nancy (2016). Internal displacement in Iraq: Internally displaced persons and disputed territory. *New England Journal of Public Policy*, 28(2), 10.
- Romano, M., & Porto, M. D. (2021). Framing CONFLICT in the Syrian Refugee Crisis: Multimodal representations in the Spanish and British press. In *Discursive Approaches to Sociopolitical Polarization and Conflict* (pp. 153–173). Routledge.
- Schmolz, Helene (2019). The Discourse of Migration in English-language Online Newspapers: An Analysis of Images. *Open Linguistics*, 5(1), 421–433.
- Scott, Kate (2023). "Deceptive" clickbait headlines: Relevance, intentions, and lies. *Journal of Pragmatics*, 218, 71–82.
- Shie, Jian-Shiung (2011). Allusions in New York Times and Times Supplement news headlines. *Discourse & Communication*, 5(1), 41–63.
- Silaški, N., & Đurović, T. (2019). The Great Wall of Europe: Verbal and multimodal portrayals of Europe's migrant crisis in Serbian media discourse. *Migration and media: Discourses about identities in crisis*, 183–202.

- Soave, Anna (2015, November). *Emerging land tenure issues among displaced Yazidis from Sinjar, Iraq: How chances of return may be further undermined by a discrimination policy dating back 40 years*. UN Human Settlements Programme. Nairobi, Kenya. Retrieved from <https://policycommons.net/artifacts/1418071/emerging-land-tenure-issues-among-displaced-yazidis-from-sinjar-iraq-how-chances-of-return-may-be-further-undermined-by-a-discrimination-policy-dating-back-40-years/2032339/> [Accessed on 23 April 2024].
- Smith, Graeme Carswell MacLeod (2019). *Knowledge Management through Storytelling and Narrative – Semiotics of Strategy*. An unpublished Ph.D. thesis.
- Sola, Alessandro (2018). The 2015 Refugee crisis in Germany: Concerns about immigration and populism. *SOEPpaper*, 966, Available at: <https://ssrn.com/abstract=3169243> [Accessed on: 20/03/2024].
- Tymbay, Alexey A. (2022). Manipulative use of political headlines in Western and Russian online sources. *Discourse & Communication*, 16(3), 346–363.
- Van Dijk, Teun A. (1977). Semantic macro-structures and knowledge frames in discourse comprehension. In: Patricia, A. Carpenter & Marcel A. Just (Eds.). *Cognitive processes in comprehension* (p. 3–32). Hillsdale. Erlbaum.
- Van Dijk, Teun A. (1980). *Macrostructures: An interdisciplinary study of global structures in discourse, interaction, and cognition*. Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Van Dijk, Teun A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van Dijk, Teun A. (1991). *Racism and the Press*. London: Routledge
- Van Dijk, Teun A. (1995). *On Macrostructures, Mental Models, and Other Inventions: A Brief Personal History of the Van Dijk- Kintsch Theory*. In *Discourse Comprehension: Essays in Honor of Walter Kintsch*, edited by C. A. Weaver, S. Mannes, and C. R. Fletcher, 383–410. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Van Dijk, Teun A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage Publications Ltd.
- Van Dijk, Teun A. (2000). Parliamentary Discourse on Immigration and Nationality in France. In: *Racism at the Top: Parliamentary Discourses on Ethnic Issues in Six European States*, edited by Ruth Wodak and Teun A. van Dijk, 221–260. Klagenfurt: DRAVA-Verlag
- Van Dijk, Teun A. (2001). Multidisciplinary CDA: A plea for diversity. In: R. Wodak and M. Meyer (Eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications. 95–120.
- Van Dijk, Teun A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115–140.
- Van Dijk, Teun A. (2009). Critical discourse studies: A sociocognitive approach. In *Methods for Critical Discourse Analysis*, ed. by Ruth Wodak & Michael Meyer, 62–86. London: Sage.
- Van Dijk, Teun A. (2014). *Discourse and knowledge: A sociocognitive approach*. Cambridge University Press.
- Van Dijk, Teun A. (2015). Critical Discourse Analysis. In: D. Tannen, H.E. Hamilton and D. Schiffrin (Eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*, second edition, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, pp. 466–485.
- Van Dijk, Teun A. (2018). Discourse and Migration. In: Zapata-Barrero, R., Yalaz, E. (Eds.) *Qualitative Research in European Migration Studies*. IMISCOE Research

- Series. Springer, Cham. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8_13 [Accessed on 30 April 2024].
- Van Dijk, Teun A. (2021). Spanish discourse on refugees. In: Bañón A, Solves J (Eds.) *Discurso lingüístico y migraciones*. Madrid: Arco/Libros.
- Van Dijk, Teun A. (2023). Analyzing frame analysis: A critical review of framing studies in social movement research. *Discourse Studies*, 25(2), 153–178.
- Van Dijk, Teun A. (2024). *Social Movement Discourse: An Introduction*. London, England: Routledge.
- Von Nordheim, Gerret, Müller, Henrik and Scheppe, Michael (2019). Young, free and biased: A comparison of mainstream and right-wing media coverage of the 2015–16 refugee crisis in German newspapers. *Journal of Alternative & Community Media*, 4(1), 38–56.
- Watson, Amy (2022) Reach of The Guardian in the United Kingdom 2019–2020, by demographic. *Statista*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/380687/the-guardian-the-observer-monthly-reach-by-demographic-uk/> [Accessed on 20 October 2023].
- Weaver, David A. and Bimber, Bruce (2008). Finding News Stories: A Comparison of Searches Using LexisNexis and Google News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(3), 515–530.
- Wu, Geqi and Pan, Chunlei (2022). Audience engagement with news on Chinese social media: A discourse analysis of the People’s Daily official account on WeChat. *Discourse & Communication*, 16(1), 129–145.
- Yamashita, Toru. (1998). Contrastive analysis of discourse representation in Japanese and American newspaper reports. *Intercultural communication studies*, 8, 177-192.
- Zotzmann, K., & O’Regan, J. P. (2016). Critical discourse analysis and identity. In *The Routledge handbook of language and identity* (pp. 113-127). Routledge.



La poesía queer rusa

Russian Queer Poetry

JESÚS ELEAZAR GARCÍA MUÑOZ¹
UNIVERSIDAD DE GRANADA
<https://orcid.org/0009-0003-3342-9145>

BENAMÍ BARROS GARCÍA
UNIVERSIDAD DE GRANADA
<https://orcid.org/0000-0002-8503-946X>

Artículo recibido el / *Article received*: 2023-09-30
Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2024-06-22

RESUMEN: El presente trabajo tiene como objetivo examinar la producción poética en la historia de la literatura rusa en clave queer. Para ello se traza un recorrido en torno al concepto queer en el mundo académico occidental y su acogida en el contexto y la literatura rusos, a la vez que se analiza la singular y especialmente complicada coyuntura de lucha entre el poder estatal y el activismo de la sociedad civil por los derechos del colectivo LGTBIQ+. Además, se ofrece una revisión de los y las principales poetas y sus obras. El trabajo pretende ofrecer por primera vez al público hispanohablante una visión alternativa de la literatura rusa, de su poesía y su potencial para contribuir a un debate universal sobre la diversidad de sentimentalidades y existencias queer. De este modo, la poesía queer rusa demuestra que a lo largo del tiempo ha sido y es un arma capaz de burlar los márgenes impuestos por la opresión y al mismo tiempo un lugar seguro donde quien escribe y quien lee pueden mostrarse y encontrarse de manera vulnerable y digna.

Palabras clave: poesía, Rusia, queer, LGTBIQ+, literatura, activismo.

¹ Contribución de autoría CReDiT: Ambos autores han contribuido por igual en cuanto al marco conceptual, la recepción en el contexto ruso y el estado de la cuestión. Jesús Eleazar ha realizado una gran contribución en la selección y revisión de las voces poéticas presentes en el texto.

ABSTRACT: This paper aims to examine the Russian poetry from a queer prism. To achieve this objective, it traces the evolution of the queer concept in Western academic discourse and its reception within the Russian context and literature. It also analyzes the intricate and particularly complex struggle between state power and civil society activism for LGTBQ+ rights. Additionally, the paper provides a comprehensive review of the key poets and their works. This study intends to offer a novel perspective to Spanish-speaking audiences, presenting an alternative view of Russian literature, its poetry, and its potential to contribute to a universal discourse on the diversity of sensibilities and queer existences. In this context, Russian queer poetry emerges as a resilient tool that has historically defied the boundaries imposed by oppression while serving as a secure haven for both writers and readers to express themselves and connect in a vulnerable yet dignified manner.

Key words: Poetry, Russia, queer, LGTBQ+, literature, activism.

1. INTRODUCCIÓN

La singular coyuntura política y social de Rusia a lo largo de la última década y su abierto rechazo hacia el colectivo LGTBQ+ han constituido el principal aliciente del presente trabajo. La sorpresa de unos y el extrañamiento de otros ante la posibilidad de que una «literatura queer rusa» pueda existir llevaron, a su vez, a asumir esta tarea como una labor filológica con la que volver a trazar la memoria y obra de artistas relegados injustamente a un segundo plano por razones de un oscurantismo hegemónico.

Desgraciadamente, esta literatura se manifiesta a menudo como un testimonio de la opresión, el silencio y la violencia que hoy siguen persiguiendo a muchas personas por su manera de amar y existir. Sus representantes, sin embargo, se han convertido en símbolos de vulnerabilidad digna e irreverencia dentro de Rusia. Para ampliar el alcance de esos referentes, uno de los principales objetivos que se plantea con este trabajo es el trazado de una historia de esta literatura para ofrecer al público hispanohablante una visión diferente de la literatura rusa y su cultura, y, al mismo tiempo, que estas también hagan su contribución al diálogo mundial de las sentimentalidades y existencias queer. Paralelamente, trabajos como este inciden en destacar el papel de la literatura, y en concreto de la poesía, como canal fundamental por el que los sentimientos humanos discurren entre unas fronteras que se hacen cada vez más difusas. A tal fin, la labor filológica de sostener una memoria literaria crítica se presenta como algo crucial.

A lo largo de estas líneas se presentará una pléyade de representantes de una poesía eminentemente queer y feminista, con el objetivo de proponer un panorama general, una mirada organizada en torno a su existencia. Una existencia para cuya comprensión será crucial abordar su estrecha ligadura a la coyuntura sociopolítica, también a la visión del mundo y al estado de la defensa de los derechos civiles en Rusia. A partir de ahí será interesante observar cómo, hasta qué punto y en qué forma ha podido permear la teorización en torno al concepto de queer en Occidente en el contexto rusohablante, así como el lugar que puede ocupar la creación literaria queer rusa, especialmente la poesía, dentro de la tradición literaria rusa. Los criterios para la selección de autoras, autores y obras han sido las expresiones del deseo y del amor comúnmente rechazados, y a los que la actual legislación rusa tilda de «no

tradicionales», sin una correlación necesaria con la presunta sexualidad de su autora o autor, así como la presentación de modelos que subvierten el paradigma hegemónico de las expresiones del sexo y el género.

2. LO QUEER EN EL CONTEXTO RUSO

Paralelamente a la lucha homosexual por los derechos civiles en EE. UU., el enfoque teórico queer pretendió en sus comienzos desmentir supuestos y falsos binarismos heredados sobre la sexualidad y el género apoyándose en las entonces recientes tesis de la sexología, el existencialismo y el posestructuralismo (Barker y Scheele, 2017; Butler, 2007). Con el tiempo, sin embargo, ha llegado a ser esa encrucijada epistémica actual donde corrientes como el feminismo negro (Hooks, 2020; Lorde, 1995; McIntosh, 1990), el pensamiento lesbiano (Rich, 1980; Wittig, 2006) y la experiencia trans (Duval, 2021; Preciado, 2019) confluyen con las teorías sobre la raza de Johnson (2001), Muñoz (1999) o Morgensen (2011); con la teoría marxista, con la que Ahmed (2020) o Edelman (2004) han señalado la influencia del neoliberalismo y el capitalismo en las vidas queer; con la teoría sureña, a través de la que Connell (2020) ha puesto en valor las tradiciones filosóficas del sur global; o con la teoría *crip*, donde autores como McRuer (2006) han subrayado la dignidad de las personas con diversidad funcional. Este enfoque también ha permitido analizar los productos culturales en clave queer (Sontag, 2018; Halberstam, 2011) y en definitiva retratar lo que en palabras de Crenshaw (2017; 1991; Cho et al., 2013) es un aparato de discriminación que se muestra sistémico, interseccional.

Precisamente la naturaleza de esta discriminación cobra especial importancia en un contexto como el ruso, en el que el discurso oficial ha pretendido y pretende asegurar, inclinar u orientar de forma tan marcada la visión del mundo, la identidad nacional y los valores tradicionales frente a las supuestas desviaciones.

2.1. ESTADO, LEY Y ACTIVISMO POLÍTICO EN RUSIA

Actualmente, la homofobia se ha convertido en otro estereotipo extremadamente representativo de Rusia en el exterior. La historia de este tipo de discriminación en el país es larga, si bien es, como en la mayoría de los casos, importada, y por supuesto, ligada a la adopción de diferentes políticas a lo largo del tiempo.

Como detalla Kondakov (2008), a lo largo de la historia de Rusia, las prácticas sexuales entre hombres solo fueron reprobadas como un pecado —sodomía— por la ortodoxia, nunca reguladas legalmente. La primera ley que afectaba a tales prácticas fue promulgada durante el reinado de Pedro I (1682-1725) dentro de su política europeizante, situación que continuó hasta una condena específica en 1835, bajo pena de cárcel en Siberia, con Nicolás I. La prohibición no se levantaría hasta la revolución bolchevique de octubre de 1917, junto con otras medidas liberalizadoras, como el derecho al aborto y al divorcio de las mujeres. En 1933, sin embargo, Stalin volvería a criminalizar la homosexualidad, con el pretexto de «proteger a los menores de posibles violaciones por parte de varones adultos» (Chica, 2019: 24). Trabajos previos han profundizado en cómo se abordaron y trataron desde el régimen soviético las relaciones entre el mismo sexo, sobre todo tras la muerte de Stalin. Particularmente destaca la minuciosa investigación con documentos inéditos, archivos públicos y privados llevada

a cabo por Alexander (2021) y que explora el cierto conato de aperturismo que se diera en el último periodo soviético ante la creciente sensación de regular la homosexualidad y el *deseo entre el mismo sexo*, entre otros contextos, en los gulags. La ley en realidad perduraría hasta su despenalización en 1993. La medida se tomó en el contexto de la reestructuración, la apertura al resto del mundo y el paso a un nuevo régimen. Sin embargo, la ausencia de un castigo penal por el hecho de ser homosexual no significó el fin de las actitudes discriminatorias, como señalan Essig (1999) o Kondakov (2022, 2008, 2014b), pero para mucha gente sí significó una nueva esperanza tras años de espera y exigencias.

Veinte años después, el 29 de junio de 2013, se aprobó en la Duma Estatal la enmienda al artículo 5 de la Ley Federal «Sobre la protección de los niños de información que pueda causar daño a su salud y desarrollo» por la que se añadía «y otros actos legislativos de la Federación Rusa con el propósito de proteger a los niños de la información que haga propaganda de la negación de los valores familiares tradicionales» (Nº135-Ф3). En la práctica, esta enmienda legislativa supuso la prohibición de cualquier representación de valores alejados de los «tradicionales y familiares» para los menores de edad, bajo pena de multa a personas y organizaciones. El discurso estatal de la ley habla de «orientaciones/sexualidades no tradicionales» para referirse en general a «la homosexualidad masculina, el lesbianismo y los asuntos transgénero», con la finalidad de evitar la «impresión perversa de la igualdad social entre los distintos grupos sexuales», la formación de ese tipo de actitudes y la atracción por ese tipo de relaciones (Kondakov, 2019b:214-15).

El 24 de noviembre de 2022 la Duma aprobó una ampliación de esta ley, por la cual la prohibición se refiere a la difusión de esta información a personas de cualquier edad y por cualquier medio, incluidos internet, la literatura y el cine.

No obstante, la redacción de la ley no es clara en la delimitación de a quién puede afectar. Como tal, es una ley de censura que limita la libertad de expresión, que regula los cuerpos y su posibilidad de representación en el discurso. Estos cuerpos y la limitación de ser representados demuestran que se afectan mutua y constantemente: parte de la población primero es señalada como potencialmente dañina hacia los menores, y más tarde hacia el resto de la sociedad en virtud de su orientación sexual (Edenborg, 2018; Healey, 2017; Levada-Center, 2015; VTSIOM, 2012, 2022). Las consecuencias se vieron justo después de la aprobación de la ley, cuando se notificó un aumento general de los discursos de odio y las agresiones violentas no solo contra gente queer (Kondakov, 2021; 2022), sino también contra personas que, según Novitskaya (2021), «mostraban signos de ser LGBTIQ+» (2021: 65). En general, lo que intentaba ser una ley de invisibilidad del colectivo consiguió todo lo contrario: empezó a hablarse mucho más de la situación del colectivo queer en Rusia, tanto en los medios como en el ámbito académico, en el que empezaron a publicarse numerosas investigaciones en torno al tema; también surgieron organizaciones de apoyo ante la violencia. En cierto modo, se puede decir que, precisamente tras la aprobación de la ley de 2013, se observa una creciente visibilidad de lo queer en los medios y en la cultura en general en Rusia, como demuestran, por ejemplo, los trabajos recogidos en Miazhevich (2021). De hecho, la literatura científica suele coincidir en que la ley de 2013 probablemente haya hecho a Rusia *más queer*, según las palabras de Healey (2022). En el caso particular de la poesía, Utkin (2021) pone de relieve que en la poesía actual rusa existe una *sensibilidad estética* latente por la vulnerabilidad queer.

Sin embargo, esta visibilidad también afectaba negativamente a gente cuya vida sexual no había sido hasta entonces objeto de discusión entre su círculo más cercano, y que no querían que lo fuera. La ley dio pie a que grupos organizaran violentas «cazas» de homosexuales a través de las redes sociales (Buyantueva, 2018; 2020; Cooper, 2014) y que la represión tomase la forma de campos de internamiento en Chechenia (Kodakov, 2019a; Brock y Edenborg, 2020).

Healey (2022) ha entendido y analizado la política homófoba del gobierno ruso en el marco de las protestas civiles de los años 2011-2013. Después de las elecciones legislativas del 4 de diciembre de 2011, medios de información y activistas comenzaron a reportar actos fraudulentos en el proceso electoral, ante lo cual la ciudadanía y militantes de diversas facciones políticas salieron a las calles. Los sucesos se saldaron con detenciones e incluso arrestos de líderes de la oposición. El movimiento no prosperó, en parte debido a la fuerte represión estatal y en parte debido a su heterogeneidad (Parisi, 2018; Etkind, 2018). El descontento general, sin embargo, se venía gestando a partir de la corrupción y apropiación continuas de las ganancias del petróleo y el gas por parte de las élites y la falta de inversión en capital humano y políticas públicas (Etkind, 2018). No obstante, el activismo queer en Rusia se ve obligado a optar por formas menos visibles, que, a pesar de suponer una merma en términos de representatividad política potencial, pueden prosperar y difundirse de manera más eficaz en contextos cada vez más represivos y en los que el propio activismo queer se percibe y es realmente arriesgado (Levitanius y Kislitsyna, 2023).

Ante esa clara muestra de oposición, el gobierno ruso se esforzó por definir un proyecto nacional y étnico concreto imbuyendo aún más su discurso de rasgos xenófobos y nacionalistas, apoyándose en la moral ortodoxa y las políticas de natalidad, como argumentan Suchland (2018), Persson (2015) y Evans (2015). Bajo este pretexto, Rusia sería una nación cuya población —entendida como eslava, blanca, ortodoxa y heterosexual— está amenazada por las perversiones del feminismo y el movimiento LGTBQ+ de Occidente. Las consiguientes leyes de regulación de la sexualidad y limitación de los derechos reproductivos han hecho de Rusia el petroestado actual (Etkind, 2018), que combina una retórica neoliberal pseudodemocrática con prácticas represivas (Parisi, 2018), y que concibe a la población como una fuente más de recursos, a la que le exige más responsabilidades que derechos le otorga (Novitskaya, 2021).

Habiendo identificado las causas —las mujeres que abandonan su rol de cuidadoras/reproductoras a favor de su bienestar y el colectivo queer, que continúa existiendo— de la acuciante amenaza extranjera, la ciudadanía volvió a plegarse a la narrativa del Estado salvador en lugar de reprocharle las precarias condiciones de vida en el país. Así las cosas, el activismo siguió siendo imprescindible para paliar los efectos de una violencia renovada.

A pesar, sin embargo, de la despenalización de la homosexualidad en 1993, la excarcelación de los afectados por el artículo 121 no fue completa (Chica, 2019). Arrastrando el estigma del gulag, el activismo de los 80 y 90 que traza Buyantueva (2020) se centró en actos de naturaleza social o cultural y, en menor medida, en los clamores iniciales por la libertad y el fin de las prácticas coercitivas del régimen (Lukinmaa, 2022); surgieron asociaciones, revistas literarias y lugares de reunión (Essig, 1999). Con la popularización de internet, el activismo y el apoyo mutuo fue mucho más fácil (Persson, 2015); una generación más joven podía conocer la experiencia de la homofobia en otros países, y también compartir la propia a través de

blogs como *LiveJournal* o foros de reunión, como *Gay.ru* (Buyantueva, 2020). A principios de los 2000, el movimiento en Rusia comenzó a organizar peticiones y actos legales, desfiles y actos públicos. Más tarde, los grupos de apoyo pasaron a redes sociales como *Facebook*, *Instagram* y sobre todo, *Vkontakte*. La discusión sobre la ley de propaganda, en 2013, hizo que organizaciones internacionales de protección de los derechos humanos contactaran con los grupos locales, como Human Rights Watch (Cooper, 2014) o la ILGA (Kondakov, 2019b), pues descubrieron, como apunta Lukinmaa (2022), algo simbólicamente valioso en la sociedad civil. No obstante, a pesar de que, durante la primera década del siglo XXI, auspiciadas por la bonanza económica, surgieron muchas organizaciones que ofrecían apoyo político y judicial y que sentaron fuertes lazos entre las comunidades de varias ciudades rusas, después de 2013 su acción se vio reducida, ya que protestar en las calles suponía desestabilizar demasiado su capital de recursos (Buyantueva, 2020).

Entre las labores usuales de las organizaciones, aparte de las de carácter más cultural y político de visibilidad del colectivo, se encuentran las labores sociales de apoyo. Lukinmaa (2022) describe cómo después de la ola de violencia que sacudió San Petersburgo en los meses posteriores a la ley las organizaciones se vieron obligadas a limitar su acción al bienestar, la salud y protección de las víctimas, donde la seguridad y la sensibilidad, junto con el deber moral de apoyarse entre sí (Parisi, 2018: 37), adquirieron carácter simbólico. Ahora con más limitaciones, el movimiento asociativo se encarga de proporcionar apoyo de cara a procesos más concretos —psicológicos, de ayuda a la discapacidad, asesoría legal o protección contra el VIH (Lukinmaa, 2022: 322).

Hasta hoy internet funciona como una herramienta fundamental para crear una colectividad y red de trabajo más sofisticada. Sin embargo, dentro del activismo se ha subrayado también el peligro que tiene internet de relegar todo el activismo político al gesto banal de suscribirse a un grupo de *Facebook*, y reivindican el uso de las redes más como una forma complementaria de reunión, para crear nuevas formas de proximidad e interacción, que como un sustituto de estas (Bozovic, 2018: 217). Además, si bien internet ayuda a salvar costes, no favorece el anonimato frente al Estado, que cada vez monitoriza más estos espacios, ni frente a grupos homófobos organizados (Bozovic, 2018; Buyantueva, 2020).

Pakhnyuk (2019), Orlova (2019) o Moser y Skripchenko (2018) también han comentado la política de «agente extranjero», otra medida que también dificulta la labor del activismo y que controla a cualquier organización que reciba financiación o donaciones que no procedan de dentro del país. Esta ley se extendió en 2019 a periodistas y medios de comunicación, y en 2020 a individuos sin personalidad jurídica, como los activistas, obligados a figurar en una lista e informar detalladamente de sus ingresos y gastos (Bontoux, 2021). Después de 2013, para sobreponerse a las consecuencias de la crisis, las multas y el coste de la vida, las asociaciones ya habían recurrido a plataformas de *crowdfunding* como *Yandex.Money*, que permitía donar anónimamente. En 2017 *Yandex* tuvo que cambiar su política para evitar recaudaciones con fines políticos (Buyantueva, 2020: 432).

El resultado de todas estas medidas, en la mayoría de los casos, se tradujo en una emigración masiva de Rusia. Desde la URSS, comunidades de gente LGTBQ+ rusa se habían ido formando en la diáspora ante la imposibilidad de acceder a esa «ciudadanía sexual» en su hogar. En esos términos, Novitskaya (2021) ha analizado la vida de esas comunidades en Alemania, EE. UU. e Israel. Con un enfoque

transnacional, ha descrito la extensión de la ley más allá de las fronteras de Rusia, y cómo la sexualidad y la teoría queer son factores clave para tener en cuenta en los estudios migratorios. Las personas queer rusas en el exilio deben enfrentarse al estigma y a la precariedad añadidos del ser inmigrante y atravesar los procesos de asilo, que en tono colonialista y civilizante los obligan a clasificarse dentro de un espectro muy estrecho de la sexualidad, a la manera de Occidente, que tanto diverge de cómo la entienden y viven en Rusia.

Más allá de la violencia y la discriminación, la persecución del colectivo pone de manifiesto la táctica gubernamental de usar la demografía como cauce para proyectos misóginos, homófobos y racistas, donde la llamada «amistad de los pueblos» versa en realidad sobre supuestas diferencias naturales que justifican una jerarquía étnica, como denuncia Suchland (2018). Afortunadamente, la presencia de las comunidades LGTBIQ+ rusohablantes en el exilio también ha servido para enriquecer el movimiento queer, descentrándolo del eje europeo, adaptándolo a cada localización específica, donde su presencia es esencial, y diversificando las formas de entenderlo y defenderlo, de la mano con otras causas, a través de su cultura integradora e interseccionalidad naturales.

2.2. EL TÉRMINO QUEER EN LA LITERATURA Y EL ÁMBITO ACADÉMICO RUSOS

Definir lo queer en cualquier contexto, como ya se ha advertido, es una tarea compleja debido a lo escurridizo del término. Desde que se perfila en medio de los debates en torno al sexo y el género de finales de siglo en Occidente, con los trabajos de Rubin (1998), Butler (2022), Kosofsky Sedgwick (1990) o de Lauretis (1991), muchos otros escritos y visiones han contribuido al desarrollo del tema. En su trasvase al suelo ruso (Essig, 1999; Tuller, 1997), sin embargo, la teoría queer y las consecuentes investigaciones en torno al género y la sexualidad, como retrata Sozaev (2010b), no han disfrutado del mismo desarrollo que en Occidente, a pesar de algunos intentos desde el mundo académico (Kondakov, 2016; Garstener, 2018). En ello, de acuerdo con la opinión de Essig (2014), subyace el hecho de que Rusia y Occidente no sólo cuentan con historias diferentes, sino que en sus destinos intervienen y se entrecruzan no pocos factores de naturaleza también religiosa, étnica y social, cuya importancia la teoría queer insiste en subrayar. Así, en el marco del festival anual *QueerFest* de 2018, celebrado desde la aprobación de la ley antipropaganda de manera online, activistas rusohablantes crearon un espacio de reflexión y debate en torno a su identidad como «parte de una resistencia centenaria contra la normalización artificial de cuerpos, sexualidades y formas de autoexpresión» y «cómo experimentan la intersección de esta con sus distintas religiones y tradiciones» (Lukinmaa, 2022: 319).

Si atendemos más detenidamente a cómo se ha venido desarrollando la teoría queer en el ámbito académico ruso, Kondakov señala que esta ha consistido, en la mayoría de ocasiones, en una serie de seminarios impartidos dentro de unas instituciones denominadas *gender centers* en los que se hacía uso de los «términos de la filosofía francesa de los sesenta, algunas nociones de psicología acerca de la orientación sexual y aspectos de la lucha y el activismo por los derechos humanos» (2016: 109 y 112). En general, Rusia no había aportado nuevas preguntas o visiones al debate queer internacional, debido sobre todo a un marco filosófico desactualizado (Sozaev, 2010b) desde donde se intentaba estudiar más la sexualidad de lesbianas y gays que cuestionar las identidades y sus dinámicas de poder (Kondakov, 2016; Kuntsman, 2010).

Por su parte, Essig (2014) ha postulado que la diferencia en el tratamiento concreto de la homosexualidad en Rusia y en Occidente estriba en que el homosexual en Rusia no se ha constituido como sujeto en el régimen discursivo; si en Europa y Estados Unidos el discurso sobre la homosexualidad fue objeto de numerosas corrientes que iban aportando visiones nuevas y a menudo contrarias a las ideas de la anterior —la medicina victoriana, la psicología, la sexología, el psicoanálisis, el feminismo de segunda ola y el constructivismo—, en Rusia el homosexual nunca ha nacido, o si lo ha hecho, ha sido como desviación enferma, extranjero o criminal «que por la salud de la sociedad debe sacrificar su deseo» (2014: 6-7).

Más concretamente, dos compendios de artículos (Sozaev, 2010a; Kondakov, 2014a) giran en torno a la concreción del término en el ámbito ruso. Entre otras figuras, participan Aleksandr Pershái, Adi Kuntsman o Dmitri Isáev, quienes, por ejemplo, apuntan al potencial de lo queer dentro del contexto ruso por subvertir y socavar las estructuras de poder, creando espacio para todos los individuos que quedan al margen:

En el nuevo concepto el discurso no versa acerca de romper las reglas sociales de interacción, sino de comprender la legitimidad de resistir la violencia psicológica que supone obligar a los individuos a expresar su identidad en una de las dos categorías.

(Isáev, 2014: 303).

Sin embargo, Jarítónova señala el amplio alcance del término:

En la mayoría de los casos, lo queer está vinculado al género y a la sexualidad. Sin embargo, en su esencia, lo queer permite hacer declaraciones políticas tanto contra la heteronormatividad (la mayoría heterosexual) como contra cualquier norma o estereotipo dominante o legítimo: en la política estatal, las estructuras y relaciones sociales, la conciencia individual, etc. La noción de queer es tan radical y fluida como el fenómeno que denota. No obstante, es interesante señalar cómo aquellos que se inclinan hacia la negación radical que es lo queer, en la base de su postura, promulgan el principio de tolerancia, de relación respetuosa hacia lo otro: en consecuencia, no niegan tanto los límites aceptados como cuanto intentan vislumbrar otras formas a través de ellos y reconocer el derecho de esas formas a tener una existencia. Es una aspiración a que el mundo sea multicolor, arcoíris.

(Jarítónova, 2010: 95).

A pesar de que su visión pueda parecer optimista, añade un poco más tarde que «Rusia no está preparada para acoger a lo queer o integrarse en un espacio europeo, a fuerza de su tradicionalismo y xenofobia» (Jarítónova, 2010: 97). Desde su punto de vista, en cuanto al futuro de los movimientos sociales, es el feminismo el que tiene la última palabra: «sólo cuando hayamos cambiado nuestra relación con la mujer, y la de la mujer con la sociedad, podremos cambiar la cultura, y con ella las realidades sociales» (2010: 97).

Por su parte, son la literatura y la poesía las que en ocasiones proveen las lentes para contemplar las nuevas formas de lo queer. Por el hecho de que por convención lingüística las palabras para referirse a identidades y sexualidades no categorizadas como normativas (p. ej. queer) son utilizadas como insultos (Pershái, 2010), estas

palabras atestiguan a su vez la presencia de aquellos grupos cuyas fronteras semánticas, y en extensión sociales, son delimitadas por el lenguaje (Zboróvskaya, 2014). Como ejemplo más claro, el primer activismo queer en Rusia ya tuvo difícil alejarse de los términos y el estigma sociales que arrastraba lo homosexual a raíz de la experiencia de los campos de trabajo estalinistas, donde los reclusos víctimas de abusos sexuales recibían el título de *opushchennye* («degradados») como la casta más baja de la jerarquía presidaria. Esto pasó a ser una actitud social hacia los homosexuales que permanecería en la conciencia soviética mucho después de la liquidación del gulag, como han señalado Kuzmín (Kuzmin, 2016) y Novítskaya (2021).

En consecuencia, los grupos oprimidos han vaciado de sentido y reconfigurado los insultos que les eran dirigidos (Gorbachev, 2019). En esta línea, más allá de los insultos, han sentado su propio capital simbólico (Lukinmaa, 2022) y sobre las bases de esa misma convención lingüística, la tradición literaria, las palabrotas (Beumers, 2018), las trampas del lenguaje y los juegos de palabras (Saraeva, 2014) oponen resistencia a la retórica del Estado con una lengua alternativa, negadora, que da expresión a las distintas formas del deseo, al estigma. Ha sido después de la violencia y la represión de las últimas décadas que el activismo se ha visto obligado a protestar a través de nuevas formas como las artes visuales, la danza, y fundamentalmente la poesía. Lukinmaa (2022) recalca cómo revisitando la obra de importantes figuras queer rusas, los poetas actuales han encumbrado referentes con el potencial suficiente para crear inspiración, resistencia y cultura colectiva, acogiendo a los clásicos y reconociéndolos como lo que en algún momento fueron: disidentes políticos (Bozovic, 2018; Kalinin, 2018; Parisi, 2018), y sacando a la cultura rusa del lugar alienante al que la rebaja el nacionalismo (Kalinin, 2018; Turoma, 2018).

En su intento por delimitar qué obras literarias entrarían dentro de un paradigma queer, Blackburn, Clark y Nemeth (2015) trabajaron con unos criterios que fácilmente acabaron por resumirse en la capacidad de la obra por presentar una suspensión y disrupción de lo categorizado como «normal» en torno a los conceptos de hogar, familia o tiempo junto al uso de procedimientos de análisis narratológico como modo, focalización, tipo de narrador, configuraciones metonímicas, disrupciones temporales y/o cronotopo.

En ese mismo intento por definirla, el poeta Fridrikh Chernyshev (2020), apunta que la poesía queer solo puede ser entendida entre paréntesis —formales o no—: en lo que no se ve, en lo que se denota, más que en lo que se pronuncia, y divide su propia poesía en dos grupos: una poesía manifiesta y política, en la que expresa la experiencia queer, y otra lírica, en la que refleja la experiencia homosexual. Para él, solo puede hablarse de poesía queer en el primer caso

porque la poesía queer es una posición política. Es la posición marginal y traumática, la posición del cuerpo que grita, y no la de dos hombres que están practicando sexo [...] el sexo, desde que quedó despenalizado en 1993, ha sido cada vez un acto menos político; lo queer, por su parte, supone cierto lugar de trauma, de protesta (o de un rechazo deliberado de ella), de una molestia social. Por ejemplo, cuando el cuerpo y/o la experiencia del autor actúan como instrumentos de una diferencia mutilada – la misma de la que se quiere apartar la mirada.

(Chernyshev, 2020: 50, 57).

3. LA POESÍA QUEER RUSA

No es sencillo realizar una revisión de la literatura queer rusa. Y no solo por la utilización de un término que resulta ajeno y rechazado en cuanto identidad. A diferencia de los escasos trabajos previos sobre la cuestión (Utkin, 2021), centrados en la vulnerabilidad queer o en cómo esta es percibida y expresada en la poesía actual rusa, aquí se pretende presentar un recorrido por la poesía queer rusa a lo largo del tiempo. La selección de obras, autores y autoras se realiza no tanto porque sus sexualidades quepan bajo el lema de lo «no tradicional», ni porque el argumento de las obras verse específicamente sobre lo queer, sino porque ponen de manifiesto el carácter líquido y plural de identidades y sexualidades y las falacias del sistema de poder dominante en la deriva histórica en que las autoras y autores, y sus textos, han sido por ese motivo (mal)tratados, cuando no con sorna y condescendencia, sí oscurecidos, silenciados y perseguidos.

Siguiendo la clasificación de Karlinsky (1997), durante el Periodo Kievita de la literatura rusa (ss. X-XIII) se encuentra una primera alusión al amor entre hombres en la leyenda de los santos Borís y Gleb, de autor anónimo, que retrata el profundo afecto de Borís por su compañero Jorge el Húngaro. El texto también es relevante por la alusión a él que hizo Vasili Rozánov en 1913. Rozánov (2003) también aludiría al homosexual como figura central del ascetismo y metafísica del cristianismo ortodoxo.

Durante el Periodo Moscovita (ss. XIV-XVII) fueron los escritos de embajadores y representantes extranjeros los que revelaron en sus viajes a Rusia lo extendida y aceptada que estaba la homosexualidad en comparación con el occidente europeo (Karlinsky, 1997: 16; Baer, 2014: 421). La situación era tal que hasta podría ser abiertamente conocida la relación del zar Iván IV con su favorito, el príncipe Fiódor Basmánov, quien a menudo se maquillaba y vestía como mujer para ajustarse al gusto del monarca en la intimidad. Esta relación aparecería en la obra de 1862 *Князь Серебряный* de A. K. Tolstói. Por otra parte, eran los escritos religiosos como el sermón número doce del metropolitano Daniel y *La vida del protopope Avvakum*,² de 1673, los que censuraban las prácticas homosexuales. Con eso, según Levin (2018), lo que dejan ver todas estas obras es que, desde el primer código jurídico del estado eslavo oriental, la *Русская Правда*, hasta el gobierno de Pedro I (1682-1725), la homosexualidad no estuvo penada civilmente en Rusia; más aún, esta estaba socialmente extendida y solo recibía la desaprobación de la ortodoxia como pecado por alterar los roles de hombre dominante / mujer dominada de la única práctica sexual *natural*.

En los siglos siguientes, en los que Rusia terminó de acoplarse al gusto europeo, la labor traductora de algunos poetas transmitió la obra de Safo con su componente léxico original, y otros como Iván Dmitriev tradujeron al ruso varias fábulas de La Fontaine en clave de amor entre hombres (Karlinsky, 1997; Baer, 2014). El mayor exponente de la Edad de Oro (ss. XVIII-XIX), Aleksandr Pushkin, fue el único que trató la homosexualidad en su obra desde una óptica más afable, a juzgar por la correspondencia con su amigo Filipp Vígel. Además, Pushkin hizo uso de un sujeto lírico masculino atraído por jóvenes varones, en la línea estética de la lírica clásica grecorromana y árabe (*Подражание арабскому*, de 1835). A su vez, Lérmontov recreó

² Los títulos que en este artículo se ofrecen en español (y no en ruso) aluden a la disponibilidad de una traducción y edición en castellano de la obra.

en sus poemas de juventud las relaciones entre los chicos de la escuela de cadetes a la que asistía, aunque desde el desagrado (*Ода к мужнику у К Тизенгаузена*, en 1834). Karlinsky también especula acerca de una cierta homosexualidad reprimida en la vida y obra de Gógol (1976), con reflejo en ciertos fragmentos de su diario como *Ночи на Вилле*, de 1839. Tolstói narró en *Infancia, Adolescencia y Juventud* cómo se enamoraba indistintamente de chicos y chicas, justificando que a los primeros solo lo unía una atracción puramente física, mientras que valoraba el alto carácter moral, más allá de las apariencias, de las segundas (Karlinsky, 1997). En el resto de sus obras, sin embargo, y al igual que hiciera Dostoievski, la homosexualidad fue retratada bajo una luz negativa.

No será hasta Konstantín Leóntiev que la alternativa sexual sea expuesta sin estigma y de manera más abierta, como sucedió con *Хамид и Маноли*, la aventura trágica de un joven cretense y un hombre turco que denunció la homofobia en el siglo XIX (Karlinsky, 1997; Baer, 2014).

Cabe también mencionar en este siglo la irrupción en el panorama literario de las memorias de campaña de Nadezda Dúrova durante la guerra contra Napoleón; las memorias fueron editadas y terminadas de compilar por Dúrova por consejo de Pushkin, y su importancia radica en la presentación de un modelo de feminidad excepcional para su época. Dúrova abandonó un matrimonio impuesto a los veintitrés años en busca de la libertad con la que soñaba, y que entonces sólo encontró en la defensa de la patria y los valores transmitidos por su padre en la infancia; adoptó apariencia y nombre masculinos, incluso después de que su identidad fuera descubierta, y fue galardonada con la cruz de San Jorge por el mismo emperador bajo el nombre de Aleksandr Aleksándrov, que siguió usando, junto con las formas verbales en masculino, hasta el fin de sus días (Durova, 1990).

El fin de siglo trajo consigo un nuevo florecimiento de la cultura. En la denominada Edad de Plata la libertad estética coincidió con la sexual en una nueva reflexión que aunaba filosofía y espiritualidad, y que ejemplificaban los y las poetas más destacadas del Simbolismo, pero sobre todo la tríada que conformaban Zinaída Gippius, Dmitri Merezkovski y Dmitri Filósofov. Estos organizaban una serie de denominados «encuentros filosófico-religiosos» que más tarde cristalizaron en la revista *Новый путь* (1902-1905). Hetherington (2007) subraya la importancia de la obra de Gippius como precursora no solo de un modelo que aunaba espiritualidad y sexualidad, sino de la fluidez de la identidad y el género y la mitopoética del cuerpo femenino. Conocida fue también la relación entre la poeta Poliksena Soloviova y la escritora de literatura infantil Natalia Manaseina, tándem vital y literario, editoras ambas de la revista infantil de literatura *Тропинка*. Soloviova dedicaría su libro de poemas *Иней*, de 1905, a Manaseina, y ambas serían aludidas por Marina Tsvetáeva en su famosa *Carta a la amazona* de 1932. Otro tándem reseñable es el formado por Anna Yevréinova y María Fiódorova, editoras conjuntas de la publicación *Северный Вестник* (1885-1889).

Siguiendo a Chica (2019), la publicación más relevante de este periodo fue *Alas*, en 1905, de Mijaíl Kuzmín, una *bildungsroman* que por primera vez hablaba de manera explícita de un amor homosexual. Alabada y denostada por sus contemporáneos a partes iguales, *Alas* fue una de las muchas obras en las que Kuzmín dio forma a su mundo poético, que canalizaba su deseo a través de la cultura y las espiritualidades grecorromana, gnóstica y cismática ortodoxa. Sus poemarios más importantes, *Canciones de Alejandría* de 1905, *Сети* de 1908, *Глиняные голубки* de 1914, *Занавешенные картинки* de 1920 y *Форель разбивает лед* de 1929 lo terminaron por convertir en la primera y más clara voz del erotismo masculino en lengua rusa.

Paralelamente, la obra *Treinta y tres monstruos*, de Lidia Zinovieva-Annibal, fue la primera en hablar de manera explícita del amor entre mujeres. Se trataba de una narración íntimamente fragmentada, alterna al modelo patriarcal y que exploraba el deseo femenino y la belleza como motor del mundo. Zinovieva-Annibal se convirtió, junto a Gippius, en la encarnación vital del ideal decadente, aunando el misticismo religioso y la anticipación de una nueva forma de amar libre y múltiple en su literatura y su vida al lado de una de sus parejas, Viacheslav Ivanov, con quien regentaba uno de los más célebres salones literarios de San Petersburgo: La Torre. Viacheslav Ivanov también participaría de este nuevo modelo relacional y espiritual; recurrió al homoerotismo de corte simbolista tras su relación con el también poeta Serguéi Gorodetski en su compendio de poemas *Cor Ardens*, en la sección *Eros*, en 1907 (Karlinsky, 1997).

La Edad de Plata vio su final a raíz de la revolución bolchevique y los acontecimientos que siguieron. En esos años, las vidas de los poetas Serguéi Esenin y Nikolái Kliúev se cruzaron, dando como fruto una relación sentimental y literaria. Máximos exponentes de la escuela de la lírica campesina, los poemas que Esenin dedica a Kliúev y a Anatoli Mariengof —*Прощание с Мариенгофом*, de 1922— dejan ver los sentimientos que surgieron entre ellos.

El año 1917 supuso el principio del fin de la producción de muchos artistas. Kliúev acabaría siendo arrestado por homosexual y enviado al gulag, y su obra en gran parte recortada y perdida. Esenin acabó suicidándose, al igual que otro de los grandes pilares de la lírica del siglo XX, Marina Tsvetáeva, tras años de exilio por Europa. La vida de Tsvetáeva estuvo marcada por la desgracia y la pasión a partes iguales. Su ciclo de poemas *Подпуга* (1914-1915) estuvo dedicado a la también poeta Sofía Parnok tras terminar su aventura amorosa. La obra de Parnok no estuvo menos marcada por el amor de Tsvetáeva y otras tantas mujeres; como prueba de ello podemos citar su obra *Стихотворения* de 1916, que mostraba el amor lésbico de una manera elevada y al mismo tiempo coloquial, y su continuación del verso sáfico *Розы Пиерии* de 1922. La obra de Parnok sufrió el destino de tantas obras de mujeres, hasta ser rescatada por Poliakova (1979) y Burgin (1994).

La dictadura estalinista y su terror, dentro del cual se volvía a penar la homosexualidad, relegaron la literatura de esta época a la edición, publicación y circulación clandestinas. Riúrik Ívnev, pseudónimo de Mijaíl Aleksándrovich Kovaliov, publicaría a lo largo de su vida una poesía comprometida con su homosexualidad y con su cariz de fuera de la ley en composiciones antes y después de la revolución. Conoció a los poetas más relevantes de la Edad de Plata y formó parte del movimiento imaginista. Sus obras más importantes, por reflejar la actitud hacia la sexualidad por parte de su época, son su libro de poemas *Самосожжение*, de 1913 y su diario, que cobra la misma importancia histórica que el de Mijaíl Kuzmín. Anatoli Stéiger, por su parte, publicaría también varios poemas de tema homoerótico desde la emigración.

Sin embargo, los poetas más destacados de esta época son Valeri Pereleshin, Evgueni Jarítónov y Guennadi Trifónov. El primero huyó joven de Rusia tras la revolución y se refugió en China, donde completó parte de su educación, mudándose más tarde a Brasil. Comenzó publicando en diversos medios hasta su obra magna, *Ариэль*, de 1976, con 169 sonetos que narraban un romance epistolar con un hombre casado de Moscú, y el *Поэма без предмета*, de 1989, un poema narrativo de 8400 versos en estrofas de estilo oneguiano sobre una aventura amorosa (Karlinsky, 1997).

Evngeni Jarítónov, no obstante, es considerado el mayor exponente de la literatura homosexual tras Mijail Kuzmín. Director teatral, prosista y poeta, fue de los pocos que habló abiertamente de su sexualidad no solo en su poesía, sino fundamentalmente en relatos e historias cortas. La homosexualidad de los relatos de Jarítónov es profundamente irreverente porque es sucia y decadente; el héroe de Jarítónov es disidente por ser homosexual; su carácter de iluminado le hace penetrar profundamente la vida hasta su mismo sentido; es más, la vida y la realidad son el resorte de toda su escritura (Rogov, 2005). Perseguido por la policía soviética varias veces, murió de un ataque al corazón poco después de mecanografiar su obra completa bajo el título *Под домашним арестом*.

La vida de Gennadi Trifónov también estuvo marcada por sus altercados con el KGB por el servicio militar y la circulación de literatura clandestina y de tema homosexual. En 1976 fue condenado a pena de cárcel por ello. Desde la misma cárcel escribió su poema *Тюремное письмо* y una carta abierta dirigida a la *Литературная Газета* en defensa de los derechos de los homosexuales, más tarde publicada por varios periódicos estadounidenses en muestra de apoyo al escritor. Su poesía gira abiertamente en torno a la experiencia amorosa y estuvo influida por su estancia en el Cáucaso, como es el caso de su ciclo poético *Тбилиси при свечах*.

Estas obras fueron escritas cuando el régimen daba sus últimos coletazos. En la década de los 90, tras la caída de la URSS, la cultura queer y sus valores pudieron al fin tomar la relevancia necesaria en Rusia como consecuencia de un contexto más permeable; multitud de obras fueron publicadas por distintos autores y autoras incluyendo temas homosexuales, como la primera antología de literatura gay, *Любовь без границ*, en 1997 (Baer, 2014) y aupadas por revistas de corte queer como *Тема* o *Пробуждение* (Essig, 1999). Sin embargo, la publicación de obras occidentales de diferentes épocas junto con las nuevas obras de autores rusos, más las reediciones de obras sin su necesaria actualización llevaron a un tratamiento de las minorías sexuales en la literatura como poco más que una pose estética, una importación extranjera que señalaba la decadencia del fin del Estado soviético y que abocaba al sufrimiento y a una vida trágica (Baer, 2014). Al igual que otras figuras, Yaroslav Mogutin rechazó aceptar esos términos en su literatura y su compromiso estético. Con influencia de los escritores *beat* estadounidenses, implantó en sus proyectos artísticos una defensa de la homosexualidad masculina rebelde y desafiante. Ganó el premio Andréi Beli en 2000 con su colección *Термоядерный мускул*, además de haber publicado otras como *Упражнения для языка* en 1997, *Роман с немцем* en 2000 y *Декларация независимости* en 2004.

Como señala Dmitri Kuzmin (2016), la creación de nuevos espacios culturales para el colectivo comenzó con la primera revista de poesía y prosa gay *Митин журнал* en 1985, dirigida por Dmitri Vólchek. Vólchek comenzó distribuyendo ediciones de *samizdat* y al final fue galardonado en 1995 con el premio Andréi Beli. Dos años más tarde fundó la editorial Kolonna, publicó dos libros de poesía y tradujo obras extranjeras. Seguiría su estela el mismo Kuzmín, sobre todo con la creación en 1989 de las revistas *Вавилон*, *Риск* en 1993 y *Воздух* en 2006, desde las cuales ha editado periódicamente trabajos poéticos de autores y autoras queer en lengua rusa, además de defender los derechos del colectivo frente a la violencia. Su labor como editor independiente le ha posibilitado publicar también en español (Kuzmin, 2016). Recibió el premio Andréi Beli en 2002 al Mérito en Literatura. *Kvir*, revista editada desde 2003 por Aleksandr Shatálov y ahora en línea desde la web gay.ru, también ha contribuido a

la creación de un espacio cultural seguro para dar a conocer obras de literatura queer al público ruso.

Fruto de esta labor editora y filológica, una pléyade infinita de autores y autoras halla más espacio para escribir y existir fuera de la norma que regula sus existencias y sexualidades, donde confluyen lo erótico y lo político. En 2018, el grupo feminista kazajo Feminita publicó una nueva antología de poesía queer (Vilkoviskaya, 2018) que agrupaba, entre otras figuras, a Frídrij Chernishev —*Рано заниматься любовью* (2021)—, Galina Rymbu —*Жизнь в пространстве*, 2020—, Lolita Agamalova —*Лесбический дневник* (2017)— y Oksana Vasyákina —*Ветер ярости* (2019). Titulada *Под одной обложкой*, esta antología anticipa el nuevo mapa de la poesía en lengua rusa, profundamente crítica, corporal y disidente.

4. CONCLUSIÓN

Con esta visión general se han querido exponer las formas que las sensibilidades queer han ido adoptando en la literatura rusa hasta nuestros días. La paleta de autores y autoras aquí presentadas y los peculiares recorridos que tomaron sus vidas ilustran la manera en que la poesía se ha encargado de canalizar su irrefrenable deseo de amar satisfactoriamente, cuando no también la sensación de existir al margen del resto del mundo. Trazar su historia en español es el primer paso de un diálogo que se tiene la esperanza de sostener, donde la literatura rusa hace una contribución valiosa al entendimiento de la diversidad de sexualidades y existencias más allá de cómo suelen ser entendidas o de cómo se dicta que lo deben ser.

Se ha tratado de dar respuesta al simple objetivo de mostrar que esta literatura existe, a pesar de hacerlo en un contexto tan hostil y cada vez más cercado por el marco legislativo. Una literatura que, por lo demás, resulta prometedora de cara al futuro, que refleja un poderío hasta ahora inédito, con nuevas voces que ya están siendo traducidas a diversas lenguas y en la que subyace una respuesta sociocultural especialmente compleja, arriesgada y de especial interés para comprender las formas que pueden adoptar y el comportamiento que pueden desplegar las manifestaciones artísticas ante la merma en las libertades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmed, Sara. (2013). *The Cultural Politics of Emotion*. Routledge.
- Ahmed, Sara. (2020). *The Promise of Happiness*. Duke University Press.
- Alexander, Rustam (2021), *Regulating Homosexuality in Soviet Russia, 1956-91: A Different History*, Manchester University Press. <https://doi.org/10.7765/9781526155771>
- Baer, Brian James (2014). Russian Gay and Lesbian Literature. En McCallum, E. L. y Tuhkanen, M. (Eds.), *The Cambridge History of Gay and Lesbian Literature* (pp. 421-437). Cambridge University Press.
- Barker, Meg-John y Scheele, Julia (2017). *Queer: una historia gráfica*. Melusina.
- Blackburn, Mollie V., Clark, Caroline T., y Nemeth, Emily A. (2015). Examining Queer Elements and Ideologies in LGBT-Themed Literature: What Queer Literature Can Offer Young Adult Readers. *Journal of Literacy Research*, 47(1), 11-48. <https://doi.org/10.1177/1086296X15568930>

- Bontoux (RNE), Guillaume. (2021, septiembre 18). «*Agente extranjero*», *la etiqueta que estigmatiza a los periodistas en Rusia*. RTVE.es. <https://www.rtve.es/noticias/20210918/agente-extranjero-estigma-periodistas-rusia/2171435.shtml>
- Bozovic, Marijeta. (2018). Performing Poetry and Protest in the Age of Digital Reproduction. En Beumers, B.; Etkind, A.; Gurova, O. y Turoma, S. (Eds.), *Cultural Forms of Protest in Russia* (pp. 200-220). Routledge.
- Brock, Maria, y Edenborg, Emil. (2020). «You Cannot Oppress Those Who Do Not Exist»: Gay Persecution in Chechnya and the Politics of In/visibility. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*, 26(4), 673-700.
- Burgin, Diana L. (1994). *Sophia Parnok: The Life and Work of Russia's Sappho*. NYU Press.
- Butler, Judith. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Butler, Judith. (2022). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Paidós.
- Buyantueva, Radzhana. (2018). LGBT Rights Activism and Homophobia in Russia. *Journal of Homosexuality*, 65(4), 456-483. <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1320167>
- Buyantueva, Radzhana. (2020). Resource Mobilisation and Russian LGBT Activism. *East European Politics*, 36(3), 417-444. <https://doi.org/10.1080/21599165.2020.1740686>
- (Chernyshev) Чернышев, Фридрих. (2020). Обо мне и кви поэзии. *Гендерные исследования*, 24, 56-62. <http://kcgs.net.ua/gurnal/24/07-gi24.pdf>
- (Chernyshev) Чернышёв, Фридрих. (2021). *Рано заниматься любовью*. Poriadok slov.
- Chica, Manuel A. (2019). Introducción. En Kuzmín, M., *Alas* (pp. 6-26). Ediciones AKAL.
- Cho, Sumi, Crenshaw, Kimberlé Williams, & McCall, Leslie. (2013). Toward a Field of Intersectionality Studies: Theory, Applications, and Praxis. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 38(4), 785-810. <https://doi.org/10.1086/669608>
- Connell, Raewyn. (2020). *Southern theory: The global dynamics of knowledge in social science*. Routledge.
- Cooper, Tanya. (2014). *License to harm: Violence and harassment against LGBT people and activists in Russia*. Human Rights Watch.
- Crenshaw, Kimberlé (1991). Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43 (6), 1241-1299.
- Crenshaw, Kimberlé (2017). *On Intersectionality: Essential Writings*. New Press.
- De Beauvoir, Simone. (2017). *El segundo sexo*. Cátedra.
- De Lauretis, Teresa. (1991). Queer Theory: Lesbian and Gay Sexualities An Introduction. *Differences*, 3(2), 3-18. <https://doi.org/10.1215/10407391-3-2-iii>
- Durova, Nadezhda. (1990). *The Cavalry Maiden. Journals of a female Russian Officer in the Napoleonic Wars*. Paladin Grafton Books.
- Duval, Elizabeth. (2021). *Después de lo trans: sexo y género entre la izquierda y lo identitario*. La Caja Books.
- Edelman, Lee. (2004). *No future*. In *No Future*. Duke University Press.
- Edenborg, Emil. (2018). Homophobia as Geopolitics: 'Traditional Values' and the Negotiation of Russia's Place in the World. En Mulholland, J.; Montagna, N.;

- y Sanders-McDonagh, E. (Eds.), *Gendering Nationalism: Intersections of Nation, Gender and Sexuality* (pp. 67-87). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-76699-7_4
- Essig, Laurie. (1999). *Queer in Russia: A Story of Sex, Self, and the Other*. Duke University Press.
- (Essig) Эссиг, Лори. (2014). «Сердца геев надо зарывать в землю»: размышления об охоте на гомосексуалов в России. En Кондаков, А. (Ed.), *На перепутье: методология, теория и практика ЛГБТ и квир-исследований* (pp. 3-23). Центр Независимых Исследований.
- Etkind, Alexander. (2018). Introduction: Genres and Genders of Protest in Russia's Petrostate. En Beumers, B.; Etkind, A.; Gurova, O. y Turoma, S. (Eds.), *Cultural Forms of Protest in Russia* (pp. 1-17). Routledge.
- Evans, Alfred. (2015). Ideological Change under Vladimir Putin in the Perspective of Social Identity Theory. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 23(4), 401-426.
- (Garstenauer) Гарстенауэр Терезе. (2018) Гендерные и квир-исследования в России. *Социология власти*, 30(1), 160-174. <https://doi.org/10.22394/2074-0492-2018-1-160-174>
- (Gorbachev) Горбачев, Николай. (2019). *Пидоры мечты: Стратегии переопределения оскорблений*. MAKEOUT— Журнал про гендер и сексуальность. <https://makeout.space/2018/07/31/pidory-mechty-strategii-pereopredeleniya-oskorbleniy.html>
- Halberstam, Jack. (2011). *The Queer Art of Failure*. Duke University Press.
- Healey, Dan. (2017). *Russian Homophobia from Stalin to Sochi*. Bloomsbury Publishing.
- Healey, Dan. (2022). Afterword: Making Russia Queerer, or the Strange Paradox of President Putin's Incitement to Discourse. En Miazhevich, G. (Ed.), *Queering Russian Media and Culture* (pp. 191-200). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003042358>
- Hetherington, Philippa. (2007). *Mythos and Eros in Fin de Siecle Russia: Zinaida Gippius' Sexual Revolution* [Tesis doctoral. University of Sydney]. Repository of the University of Sydney. <https://ses.library.usyd.edu.au/handle/2123/1548>
- Hooks, Bell. (2020). *Teoría feminista. De los márgenes al centro*. Traficantes de sueños.
- (Isáev) Исаев, Дмитрий Д. (2014). Квир-концепция как позитивный вектор развития социума. En Кондаков, А. (Ed.), *На перепутье: методология, теория и практика ЛГБТ и квир-исследований* (pp. 293-309). Центр Независимых Исследований.
- (Jarítónova) Харитоновна, Ольгерта. (2010). Квир – не как цель, а как средство. En Созаев, В. (Ed.), *Возможен ли «квир» по-русски? ЛГБТК исследования. Междисциплинарный сборник* (pp. 93-97). ЛГБТ организация Выход.
- Johnson, E. Patrick. (2001). «Quare» Studies, or (almost) Everything I Know about Queer Studies I Learned from my Grandmother. *Text and Performance Quarterly*, 21(1), 1-25. <https://doi.org/10.1080/10462930128119>
- Johnson, Katherine. (2015). *Sexuality: A Psychosocial Manifesto*. Cambridge: Polity Press.
- Kalinin, Ilya. (2018). Why 'Two Russias' Are Less than 'United Russia': Cultural Distinctions and Political Similarities: Dialectics of Defeat. En Beumers, B.;

- Etkind, A.; Gurova, O. y Turoma, S. (Eds.), *Cultural Forms of Protest in Russia* (pp. 48-67). Routledge.
- Karlinsky, Simon. (1976). *The Sexual Labyrinth of Nikolai Gogol*. Harvard University Press.
- Karlinsky, Simon. (1997). Introduction: Russia's Gay Literature and History. En Moss, K. (Ed.), *Out of the Blue: Russia's Hidden Gay Literature: An Anthology* (pp. 15-26). Gay Sunshine Press.
- Moss, Kevin. (Ed.). (1997). *Out of the Blue: Russia's Hidden Gay Literature. An Anthology*. Gay Sunshine Press.
- Kinsey, Alfred C., Pomeroy, Wardell B., Martin, Clyde E., y Gebhard, Paul H. (1998). *Sexual Behavior in the Human Female*. Indiana University Press.
- Kinsey, Alfred C., Pomeroy, Wardell B., y Martin, Clyde E. (2003). Sexual Behavior in the Human Male. *American Journal of Public Health*, 93(6), 894-898. <https://doi.org/10.2105/AJPH.93.6.894>
- Kondakov, Alexander. (2008). An Approach to the History of Sexual Minority Discrimination in Russia. *Sortuz: Oñati Journal of Emergent Socio-Legal Studies*, 2(2), 22-29 <https://ssrn.com/abstract=1751122>
- (Kondakov) Кондаков, Александр. (2014a). *На перепутье: методология, теория и практика ЛГБТ и квир-исследований*. Центр Независимых Исследований.
- Kondakov, Alexander. (2014b). The Silenced Citizens of Russia: Exclusion of Non-heterosexual Subjects From Rights-Based Citizenship. *Social & Legal Studies*, 23(2), 151-174. <https://doi.org/10.1177/0964663913505315>
- Kondakov, Alexander. (2016). Teaching Queer Theory in Russia. *QED: A Journal in GLBTQ Worldmaking*, 3(2), 107-118. <https://doi.org/10.14321/qed.3.2.0107>
- Kondakov, Alexander. (2019a) Chechnya, Detention Camps in. En *The Global Encyclopedia of Lesbian, Gay, Bisexual & Transgender History* (pp. 315-318). Cengage.
- Kondakov, Alexander. (2019b). The Censorship «Propaganda» Legislation in Russia. En *State-sponsored homophobia* (pp. 213-215). ILGA <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/304543>
- Kondakov, Alexander. (2020). The Queer Epistemologies: Challenges to the Modes of Knowing about Sexuality in Russia. *The SAGE handbook of global sexualities*, 1, 82-98.
- Kondakov, Alexander. (2021). The Influence of the 'Gay-Propaganda' Law on Violence against LGBTIQ People in Russia: Evidence from Criminal Court Rulings. *European Journal of Criminology*, 18(6), 940-959. <https://doi.org/10.1177/1477370819887511>
- Kondakov, Alexander S. (2022). *Violent Affections: Queer Sexuality, Techniques of Power, and Law in Russia*. UCL Press. <https://doi.org/10.14324/111.9781800082939>
- Kosofsky, Eve Sedgwick (1990). *Epistemology of the Closet*. University of California Press.
- (Kuntsman) Кунцман, Ади. (2010). Квир по-русски, взгляд из-за рубежа. En Созаев, В. (Ed.), *Возможен ли «квир» по-русски* (pp. 29-43). ЛГБТ организация Выход.
- Kuzmin, Dmitry. (Ed.). (2016). *El armario de acero: Amores clandestinos en la Rusia actual*. Dos Bigotes.
- Kuzmín, Mijaíl. (2019). *Alas*. Ediciones AKAL.

- Kuzmín, Mijaíl. (2022). *Canciones de Alejandria*. Visor.
- Levada-Center. (2015, junio). *Homophobia*. <https://www.levada.ru/en/2015/06/10/homophobia/>
- Levin, Eve. (2018). *Sex and Society in the World of the Orthodox Slavs 900–1700*. Cornell University Press.
- Levitanus, Mariya, y Kislitsyna, Polina (2023) ‘Why Wave the Flag?’: (In)visible Queer Activism in Authoritarian Kazakhstan and Russia. *Central Asian Survey*, <https://doi.org/10.1080/02634937.2023.2234955>
- Lorde, Audre. (1995). *Age, Race, Class, and Sex: Women Redefining Difference*. En Arthur, J y Shapiro, A. (Eds.) *Campus Wars. Multiculturalism and the Politics of Difference* (pp. 191-198). Routledge.
- Lukinmaa, Pauliina. (2022). St. Petersburg LGBTQI+ Activists Negotiating Financial and Symbolic Resources. En Kavchenko, Z.; Kings, L. y Jezierska, K. (Eds.), *Resourceful Civil Society: Navigating the Changing Landscapes of Civil Society Organizations* (pp. 319-342). Springer International Publishing Cham.
- McIntosh, Peggy. (1990). *White Privilege: Unpacking the Invisible Knapsack*. JSTOR. <https://jstor.org/stable/community.30714426>
- McRuer, Robert. (2006). *Crip Theory: Cultural Signs of Queerness and Disability*. NYU press.
- Miazhevich, Galina (2021), *Queering Russian Media and Culture*, Routledge.
- Morgensen, Scott Lauria. (2011). *Spaces between us: Queer Settler Colonialism and Indigenous Decolonization*. University of Minnesota Press.
- Moser, Evelyn y Skripchenko, Anna. (2018). Russian NGOs and Their Struggle for Legitimacy in the Face of the ‘Foreign Agents’ Law: Surviving in Small Ecologies. *Europe-Asia Studies*, 70(4), 591-614. <https://doi.org/10.1080/09668136.2018.1444145>
- Muñoz, José Esteban. (1999). *Disidentifications: Queers of Color and the Performance of Politics*. University of Minnesota Press.
- Novitskaya, Alexandra. (2021). Sexual Citizens in Exile: State-Sponsored Homophobia and Post-Soviet LGBTQI+ Migration. *The Russian Review*, 80(1), 56-76. <https://doi.org/10.1111/russ.12298>
- Orlova, Alexandra V. (2019). Foreign Agents, Sovereignty, and Political Pluralism: How the Russian Foreign Agents Law Is Shaping Civil Society. *Penn State Journal of Law and International Affairs*, 7(2), 382-417.
- Pakhnyuk, Lucy. (2019). Foreign Agents and Gay Propaganda: Russian Lgbt Rights Activism Under Pressure. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 27(4), 479-496. <https://muse.jhu.edu/pub/280/article/734518>
- Parisi, Valentina. (2018). Dissidents reloaded?: Anti-Putin Activists and the Soviet Legacy. En Beumers, B.; Etkind, A.; Gurova, O. y Turoma, S. (Eds.), *Cultural Forms of Protest in Russia* (pp. 33-48). Routledge.
- (Persháí) Першай, Александр. (2010). Трансгендер по-русски: о проблемах создания своего политического означющего. En Созаев, В. (Ed.), *Возможен ли «квир» по-русски? ЛГБТК исследования. Междисциплинарный сборник* (pp. 43-52). ЛГБТ организация Выход.
- Persson, Emil. (2015). Banning «Homosexual Propaganda»: Belonging and Visibility in Contemporary Russian Media. *Sexuality & Culture*, 19(2), 256-274. <https://doi.org/10.1007/s12119-014-9254-1>

- Poliakova, Sofiia. (1979). Vstupitel'naia Stat'ia. En *Sobranie stikhotvorenii S. Ya. Parnok* (pp. 7-106). Ardis Publishers.
- Preciado, Paul B. (2019). *Un apartamento en Urano. Crónicas del cruce*. Anagrama.
- Rich, Adrienne. (1980). Compulsory Heterosexuality and Lesbian Existence. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 5(4), 631-660. <https://doi.org/10.1086/493756>
- (Rogov) Rogov, K.. (2005). Предисловие. Экзистенциальный герой и «невозможное слово» Евгения Харитонов. En Харитонов, Е. *Под домашним арестом: Собрание произведений* (pp. 5-18). Глагол.
- (Rozánov) Розанов, Василий. В. (2003). *Люди лунного света. Метафизика христианства*. ОЛМА Медиа Групп.
- Rymbu, Galina. (2020). *Life in Space*. After Hours Editions.
- (Saraeva) Сараева, Екатерина. (2014). Игра слов. Гибкость в нормативных структурах. En Кондаков, А. (Ed.), *На перепутье: методология, теория и практика ЛГБТ и квир-исследований* (pp. 249-265). Центр Независимых Исследований.
- Sontag, Susan. (2018). *Notes on Camp: Susan Sontag (1st edition)*. Penguin Classics.
- (Sozaev) Созаев, Валерий. (Ed.). (2010a). *Возможен ли «квир» по-русски? ЛГБТК исследования. Междисциплинарный сборник*. ЛГБТ организация Выход.
- (Sozaev) Созаев, Валерий. (2010b). От редактора: Возможен ли квир по-русски? En Созаев, В. (Ed.), *Возможен ли «квир» по-русски? ЛГБТК исследования. Междисциплинарный сборник* (pp. 6-29). ЛГБТ организация Выход.
- Suchland, Jennifer. (2018). The LGBT Specter in Russia: Refusing Queerness, Claiming 'Whiteness'. *Gender, Place & Culture*, 25(7), 1073-1088. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2018.1456408>
- Tuller, David. (1997). *Cracks in the Iron Closet: Travels in Gay and Lesbian Russia*. University of Chicago Press.
- Turoma, Sanna. (2018). When Satire Does Not Subvert: Citizen Poet As Nostalgia for Soviet Dissidence. En Beumers, B.; Etkind, A.; Gurova, O. y Turoma, S. (Eds.), *Cultural Forms of Protest in Russia* (pp. 221-243). Routledge.
- Utkin, Roman (2021), Queer Vulnerability and Russian Poetry after the «Gay Propaganda» Law. *The Russian Review*, 80, 77-99. <https://doi.org/10.1111/russ.12299>
- (VTSIOM) ВЦИОМ. Новости. (2012, mayo). *ГОМОСЕКСУАЛИСТАМИ НЕ РОЖДАЮТСЯ?* <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/gomoseksualistami-ne-rozhdayutsya>
- (VTSIOM) ВЦИОМ. Новости. (2022, agosto). *«Нетрадиционные» отношения, их пропаганда и влияние на сексуальное поведение*. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/netradicionnye-otnosheniya-ikh-propaganda-i-vliyanie-na-seksualnoe-povedenie>
- (Vasyákina) Васякина, Оксана. (2019). *Ветер ярости*. Litres.
- (Vilkoviskaya) Вильковская, Мария. (Ed.). (2018). *Под одной обложкой: Сборник квир-поэзии*. Казахстанская феминистская инициатива Феминита. https://issuu.com/tonkayagran/docs/queer_poetry
- Wittig, Monique. (2006). *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Editorial EGALES.
- (Zboróvskaya) Зборовская, Татьяна. (2014). Специфика формирования картины мира трансгендеров в зависимости от социокультурных реалий:

исследование ассоциативных норм на примере русского и английского языков. En Кондаков, А. (Ed.), *На перепутье: методология, теория и практика ЛГБТ и квир-исследований* (pp. 438-465). Центр Независимых Исследований.

Zinóvieva-Annibal, Lidia. (2020). *Treinta y tres monstruos ¡No!* Ediciones AKAL.

Zinovieva-Annibal, Lidia. (2012). *El zoo trágico*. Nevsky Prospects S.L.



Actitudes de hablantes de español como lengua materna y extranjera sobre variedades de la lengua

Attitudes of native and foreign Spanish speakers towards language varieties

FERNANDA PRISCILA CARRARO¹
UNIVERSIDAD ESTATAL DEL CENTRO-OESTE (UNICENTRO)²
<https://orcid.org/0000-0002-1475-9902>

BEATRIZ MÉNDEZ GUERRERO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID
<https://orcid.org/0000-0001-9510-9989>

LOREMI LOREGIAN-PENKAL
UNIVERSIDAD ESTATAL DEL CENTRO-OESTE (UNICENTRO)
<https://orcid.org/0000-0002-1713-561X>

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-10-03

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2025-03-29

RESUMEN: Se presenta el análisis de las creencias y actitudes lingüísticas de 80 estudiantes y graduados en Letras, Filología Hispánica, Traducción o similar: 40 hablantes de español como lengua materna y 40 hablantes extranjeros (brasileños). En concreto, se han estudiado cuatro variedades del español (andina, mexicana, castellana y rioplatense), así como las voces de brasileños hablando en español. El estudio se ha realizado a partir de los planteamientos teóricos sobre creencias y actitudes lingüísticas desarrollados por Lambert y Lambert (1975), López Morales (1979, 2004), Gómez Molina, (1987), Blas Arroyo (2005), Moreno Fernández (2009) y Garret (2010), entre otros. Para ello, se realizó un análisis sobre el prestigio de las variedades a partir de la

¹ La primera autora escribió parte de la teoría e hizo los análisis de los datos, además de la creación del cuestionario y aplicación de las entrevistas. La segunda autora escribió otra parte de la teoría del artículo, revisó e interpretó los análisis, escribió parte de las conclusiones y adaptó el texto al español académico. La tercera autora hizo parte de la teoría y revisó los análisis, además de realizar parte de la cuantificación de los datos.

² La presente investigación ha sido realizada con apoyo de la Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de financiación 001. Aprobado por el Comité de Ética nº 6.247.223.

técnica de los pares ocultos (*matched-guise*) y preguntas de respuesta abierta; se midió el grado de identificación de las variedades mediante grabaciones y se examinó la (in)seguridad lingüística de los participantes del estudio a través de una pregunta abierta. Los resultados apuntan que las variedades castellana y rioplatense son las más prestigiosas para los hispanohablantes mientras que la mexicana y la rioplatense lo son para los brasileños; que los hispanohablantes identifican mejor las variedades del español que los brasileños; y que estos últimos tienen un nivel de inseguridad lingüística mayor que el de los hispanohablantes.

Palabras clave: creencias y actitudes lingüísticas, identificación de variedades, (in)seguridad lingüística, lengua española.

ABSTRACT: An analysis is presented on the linguistic beliefs and attitudes of 80 students and graduates of Hispanic Philology, Translation or similar: 40 native Spanish speakers and 40 foreign speakers (Brazilians). Specifically, four varieties of Spanish (Andean, Mexican, Castilian, and Rioplatense) were studied, as well as the voices of Brazilians speaking in Spanish. The study was conducted based on the theoretical approaches to linguistic beliefs and attitudes developed by Lambert and Lambert (1975), López Morales (1979, 2004), Gómez Molina (1987), Blas Arroyo (2005), Moreno Fernández (2009), and Garret (2010), among others. For this, an analysis of the prestige of the varieties was carried out using the matched-guise technique and open-ended questions; the degree of identification of the varieties was measured through recordings, and the (in)security of the participants in the study was examined through an open-ended question. The results indicate that the Castilian and Rioplatense varieties are the most prestigious for native Spanish speakers, while the Mexican and Rioplatense varieties are the most prestigious for Brazilians; that native Spanish speakers are better at identifying Spanish varieties than Brazilians; and that the latter have a higher level of linguistic insecurity than the native Spanish speakers.

Key words: linguistic beliefs and attitudes, identification of varieties, linguistic (in)security, Spanish language.

1. INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre creencias y actitudes lingüísticas son muy relevantes «para la comprensión de numerosos aspectos socio lingüísticos en el seno de las comunidades de habla» (Blas Arroyo, 2005: 320). Se centran en el reconocimiento de las «reacciones afectivas y cognitivas que los individuos manifiestan en las hipótesis y juicios evaluativos que realizan» sobre determinados fenómenos lingüísticos (Méndez, 2022: 396).

Desde un punto de vista sociolingüístico, se considera que las acciones de los sujetos están, en su gran mayoría, condicionadas por las actitudes sobre diferentes aspectos de la vida, tales como: objetos, personas, maneras de hablar, pensamientos, etc. La forma como actuamos diariamente, de manera consciente o no, es resultado de la evaluación que hacemos sobre los más diversos acontecimientos. El acto de hablar

significa más que pronunciar palabras o transmitir un mensaje simple. De acuerdo con Almeida,

al hablar, pues, no sólo entablamos un proceso comunicativo donde la función referencial se organiza de acuerdo a intenciones o necesidades muy concretas. Al hablar, además, entra en juego todo un conjunto de mecanismos de psicología social que nos permiten codificar/decodificar determinados valores sociales adscritos a rasgos lingüísticos particulares (Almeida 1999: 113).

Por ende, las actitudes y representaciones lingüísticas, que forman parte de este grupo identificado como dimensiones subjetivas, pueden ayudarnos a entender cómo ocurren el cambio, el mantenimiento y la política lingüística en relación con las lenguas utilizadas en determinado grupo social. De acuerdo con eso, Pereira y Costa afirman que

el análisis de representaciones lingüísticas se presenta, así, como una fuerte aliada para la comprensión de cuestiones lingüísticas involucrando la regresión/desaparecimiento de una lengua, las políticas de revitalización de lenguas, seguridad/inseguridad lingüística, bien como los abordajes para la enseñanza de lenguas (Pereira y Costa, 2012: 172, traducción nuestra).

Como se puede ver, las creencias y actitudes son un reflejo del comportamiento de los sujetos. Sobre eso, Garrett (2010: 2) apunta que «people hold attitudes to language at all its levels: for example, spelling and punctuation, words, grammar, accent and pronunciation, dialects and languages. Even the speed at which we speak can evoke reactions». Y aún más, según Gómez Molina (1987: 25), las creencias y las actitudes actúan junto a la consciencia lingüística, «en la explicación de la competencia de los hablantes; permite al investigador acercarse al conocimiento de las reacciones subjetivas delante de la lengua y/o lenguas que utilizan los hablantes; e influye en la adquisición de segundas lenguas».

Teniendo en cuenta lo expuesto, resulta fundamental examinar las actitudes de los hablantes nativos y extranjeros ante determinados usos lingüísticos para explicar su consideración actual y su evolución en los próximos años. Este trabajo pretende contribuir a este fin, presentando un estudio de actitudes lingüísticas en el que participaron 40 hispanohablantes y 40 brasileños aprendientes de español. El objetivo de la investigación ha sido doble: por una parte, determinar las actitudes de los hispanohablantes y hablantes no nativos (brasileños) hacia cuatro variedades de la lengua española (andina, mexicana, castellana, rioplatense); y, por otra, examinar las actitudes de los 80 informantes hacia voces extranjeras de origen brasileño que están hablando en español. Las hipótesis de partida son: a) que las variedades rioplatense y castellana serán las más prestigiosas y reconocibles como ya han apuntado estudios anteriores (Cestero y Paredes, 2018; Guerrero y San Martín, 2018; Santos Díaz y Ávila Muñoz, 2021; Méndez, 2022; Méndez y Camargo, 2024; Camargo y Méndez, 2025); b) que los hispanohablantes presentarán un nivel más alto de identificación de las variedades que los hablantes extranjeros (brasileños); y c) que los brasileños presentarán más inseguridad lingüística que los hispanohablantes.

2. LAS ACTITUDES LINGÜÍSTICAS HACIA EL ESPAÑOL

Las actitudes lingüísticas han sido objeto de estudio desde hace varias décadas. De acuerdo con Moreno Fernández (2009: 177), una actitud es una «manifestación de la actitud social de los individuos, distinguida por centrarse y referirse específicamente tanto a la lengua como al uso que de ella se hace en sociedad». Y, de igual forma, «las actitudes lingüísticas tienen que ver con las lenguas mismas y con la *identidad* de los grupos que la manejan» (Moreno Fernández, 2009: 178). Así, los hablantes son capaces de juzgar, positiva o negativamente, una manera de hablar la lengua, y es mediante dichas actitudes cómo los hablantes evidencian su identidad. De acuerdo con Cestero y Paredes (2018: 14), la actitud es una acción o reacción asociada a una conducta. También se relaciona con la aceptación o rechazo de un rasgo lingüístico y, consecuentemente, con su uso o desuso. Estas actitudes hacia la lengua se producen a partir de las creencias de los hablantes, que pueden ser favorables o no. Como explican los autores,

tales creencias provienen de los conocimientos lingüísticos y sociolingüísticos del hablante, es decir, de su conciencia sociolingüística – dimensión cognoscitiva – o de percepciones y consideraciones relacionadas con la subjetividad y la emoción – dimensión afectiva – propias y de su comunidad de habla (Cestero; Paredes, 2018: 14).

A partir de estos supuestos, Cestero y Paredes (2013a, 2013b, 2015, 2018, 2022) han desarrollado el *Proyecto para el estudio de creencias y actitudes hacia variedades del español en el siglo XXI* (PRECAVES XXI) que cuenta, en la actualidad, con numerosos colaboradores que analizan las actitudes, creencias y percepciones hacia las variedades cultas del español en distintas regiones hispanohablantes a partir de la dimensión cognitiva y afectiva. Estos estudios, entre otras cosas, se han centrado en determinar el prestigio que se asocia a cada variedad culta del español, las valoraciones directas e indirectas hacia las distintas variedades, la similitud o proximidad que perciben los hablantes cada zona en su variedad del español y las variedades de otras zonas y el conocimiento que muestran estos hablantes a la hora de identificar cada una de las variedades cultas del español.

Gran parte de los estudios de actitudes lingüísticas actuales sobre el español han seguido los objetivos propuestos por PRECAVES XXI y se han interesado en determinar si existe una opinión generalizada entre los hispanohablantes sobre el prestigio de las variedades de la lengua. Guerrero y San Martín (2018), sobre una muestra de 100 informantes chilenos, se preguntaron si hay una jerarquía entre las variedades del español. Sus resultados indican que, para la mayoría de los sujetos de la muestra, no existe una variedad de español mejor que otra. No obstante, algunos informantes sí se refirieron a dos variedades más prestigiosas, la propia (chilena) y la andina. Santos Díaz y Ávila Muñoz (2021), por su parte, sobre una muestra de 206 hablantes concluyeron que los hablantes malagueños no asocian su propia variedad con el prestigio cuando la valoración es indirecta en relación con el nivel de estudios y la ocupación de las voces evaluadas. Y añaden que, a pesar de los esfuerzos realizados por los gobiernos autonómicos andaluces para fomentar la identidad y la conciencia lingüísticas a través de sus valores culturales, estas actitudes de estigmatización se han mantenido en el tiempo. El estudio de Svetozarovová (2020) analizó las actitudes de 39 estudiantes extranjeros (eslovacos, checos y polacos) sobre la variedad andaluza del español. La autora menciona que

estudios con hablantes de español como lengua extranjera son poco comunes y por eso necesarios. Su objetivo fue comprobar si los informantes entrevistados perciben e identifican la variación geolectal del español y si valoran mejor unas variedades que otras. Según la autora, la variedad castellana es la más prestigiosa por el grupo estudiado, mientras que la variedad andaluza sigue siendo la más estigmatizada entre las variedades de la investigación.

Cestero Mancera y Paredes García (2015), por su parte, presentaron los primeros resultados de PRECAVES XXI con el fin de determinar las principales creencias y actitudes hacia las variedades normativas del español contemporáneo. La investigación tuvo como objetivo comprender cómo diferentes variedades del español son percibidas y evaluadas por hablantes nativos en diversos contextos sociolingüísticos. La metodología implicó la aplicación de cuestionarios para analizar aspectos como el prestigio de las variedades, la percepción de corrección lingüística y las asociaciones socioculturales relacionadas con cada variedad. Los resultados indicaron que la variedad castellana es generalmente percibida como la más prestigiosa y asociada a cualidades de corrección y formalidad. La variedad rioplatense también obtuvo una evaluación positiva, especialmente en determinados contextos culturales y mediáticos. Además, la investigación destacó la existencia de diferencias significativas en la percepción de las variedades en función de factores como la edad, el nivel educativo y la exposición a diferentes medios de comunicación. Las actitudes lingüísticas reveladas por los participantes evidencian tanto la persistencia de ideologías lingüísticas normativas como la valoración de ciertas características regionales. Los autores, a partir de estos resultados, sugirieron la idoneidad de continuar con los estudios en el marco del PRECAVES XXI para profundizar sobre la comprensión de las dinámicas sociolingüísticas y la influencia de las actitudes lingüísticas en el mantenimiento o transformación de las normas del español actual.

En Brasil, los estudios sobre el español realizados hasta la fecha están más dirigidos a examinar los fenómenos lingüísticos que se producen en la frontera con países de habla hispana o a lo que puede aportar la formación sociolingüística o dialectal de estudiantes/profesores de filología en la consideración de la lengua española y sus distintas variedades. Masgo (2019) se ha centrado en presentar el impacto de la instrucción sociolingüística en actitudes lingüísticas en la formación docente de estudiantes de Letras de la Universidad Estatal de Ponta Grossa. El autor emplea como base teórica los estudios de Lambert y Lambert (1975), López Morales (2004), Labov (2008), Moreno Fernández (2009), entre otros estudios clásicos de la literatura. Como metodología, utilizó cuestionarios para descubrir y analizar cómo estaba siendo tratada la variación lingüística en el proceso formativo de los alumnos/profesores de español como lengua extranjera. Los resultados giraron en torno a tres aspectos de las creencias y actitudes lingüísticas: las creencias hacia la lengua española, la variación dialectal del español y las creencias y actitudes sobre el aprendizaje de lengua española. Sobre el primer asunto, los participantes afirmaron que la lengua española no es homogénea, que tiene la misma importancia que otras lenguas extranjeras y que cada variedad tiene su valor, a pesar de que la variedad castellana sea la de mayor prestigio. Sobre la variación dialectal, los participantes expresaron opiniones como que hay variedades que son más difíciles que otras, y que es importante saber sobre las variedades del español para promover el respeto lingüístico. Respecto al aprendizaje de español como lengua extranjera, los participantes contestaron que se puede aprender la variedad de cualquier país que hable español, y que hay que tener tolerancia con los errores gramaticales en

lengua extranjera. Algunas de las actitudes recogidas en este trabajo se relacionan, como se verá, con las obtenidas en la presente investigación.

En línea con el estudio anterior, Pizzatto (2020) presentó un trabajo cuyo objetivo era analizar las creencias y actitudes lingüísticas en la ciudad de Capanema, estado de Paraná, que presenta un escenario sociolingüístico diverso al situarse en la frontera con Argentina. La autora analizó los componentes cognoscitivo, afectivo y conativo en relación con el prestigio y desprestigio sobre el habla en la frontera. Con base en Lambert y Lambert (1975), López Morales (1979), Moreno Fernández (1998), Aguilera (2009) y Corbari (2013), los resultados apuntan que, de manera general, existe una distinción activada por el componente afectivo entre el portugués normativo y el hablado en la localidad y también con el alemán hablado en el mismo contexto; y con el español rioplatense. Por último, Mendes y Oliveira (2019) también han tratado de examinar las ideologías lingüísticas sobre las variedades del español y cómo estas ideologías se relacionan con las políticas lingüísticas en la clase de lengua extranjera. La investigación fue realizada con 3 estudiantes del curso de Letras-Español, de la Universidad Federal de Santa Catarina, los cuales contestaron a un cuestionario con 10 preguntas abiertas. Como resultados, los autores demostraron que no hubo, en tal investigación, un prestigio elevado respecto a la variedad castellana, dato que discrepa con lo observado en otros estudios similares. Así pues, los alumnos-profesores no consideran esta variedad más prestigiosa que las demás ni tampoco la más adecuada para la enseñanza del español. Sin embargo, los autores llaman la atención sobre el hecho de que solamente entrevistaron a 3 estudiantes y sobre la necesidad de realizar futuras investigaciones para traer evidencias más concretas sobre estos datos.

3. METODOLOGÍA

Para esta investigación, utilizamos un cuestionario online, creado a través de *Google Forms*, con preguntas abiertas y cerradas, inspirado en el cuestionario utilizado en el Proyecto PRECAVES XXI, para recoger datos sobre creencias y actitudes lingüísticas de ocho voces, una masculina y otra femenina, de cuatro variedades de la lengua española: andina, mexicana, castellana y rioplatense, además de dos voces más de hablantes brasileños hablando en español. Tal cuestionario fue respondido por ochenta estudiantes o graduados en Letras, Filología Hispánica, Traducción, entre otras relacionadas, la mitad de ellos hispanohablantes de España, Perú, México y Colombia, todos viviendo actualmente en España, y la otra mitad brasileños viviendo en Brasil.

El cuestionario está dividido en siete partes: la primera está centrada en la obtención de los datos sociológicos de los informantes (lugar de origen, profesión, profesión de los padres, lenguas que hablan, sexo, edad, etc.). Entre las partes 2 a 6 están las preguntas con pares de adjetivos, o pares ocultos, sobre cada una de las variedades y voces en estudio y la pregunta sobre el origen de la voz. Las preguntas con pares de adjetivos se refieren a tres dimensiones diferentes: 1. valoración directa de la variedad que escuchan; 2. valoración de la variedad a través de la persona que habla y 3. valoración de la variedad a través de la zona geográfica y de la cultura. La última parte, cuenta con preguntas abiertas, a saber: 1. ¿Has recibido formación dialectal o sociolingüística en el grado? 2. ¿Cuál es la variedad de la lengua española más prestigiada y la menos prestigiada? Justifica tu respuesta. 3. ¿En tu opinión, que es hablar bien una lengua? y 4. ¿Tú crees que hablas bien la lengua española?

Para las valoraciones directas e indirectas, se utilizaron los siguientes pares de adjetivos en una escala de 1 a 4 en la que cada adjetivo se presenta en un extremo de la escala. Así pues, las actitudes negativas estarían representadas en el 1 y 2, y las actitudes positivas, en el 3 y 4:

- Dimensión afectiva: agradable, desagradable; distante, cercana; dura, blanda; aburrida, divertida; fea, bonita; antipática, simpática; distante, cercana; maleducada, educada; aburrida, divertida; extraña, familiar; poco interesante, interesante.
- Dimensión cognitiva: áspera, suave; monótona, variada; complicada, sencilla; rural, urbana; rápida, lenta; confusa, clara; poco inteligente, inteligente; inculta, culta; retrasada, avanzada; tradicional, innovadora; pobre, rica.

En el apartado 4, se presentarán las medias de las evaluaciones hechas en esta escala de valores. Adicionalmente, se tendrán en cuenta también en esta parte del estudio las respuestas abiertas a la pregunta «¿Tú hablas bien la lengua española?».

Para el nivel de identificación de las variedades utilizamos las grabaciones de 10 voces hablando en español: 2 andinas, 2 mexicanas, 2 rioplatenses, 2 castellanas y 2 brasileñas. Como criterios para interpretación de los resultados, se tienen en cuenta los siguientes parámetros: identificación adecuada, en el caso de identificación exacta del país de origen de la voz; identificación aproximada, en el caso de indicación de otro país que presente los mismos rasgos lingüísticos de la voz; identificación inadecuada, en el caso de indicación de un país o región que no pertenece o que no presenta rasgos lingüísticos semejantes al de la voz. Para cada variedad, consideramos como identificación aproximada los países y regiones que comparten rasgos lingüísticos, culturales e históricos (Andión Herrero, 2004). De esta manera, para la variedad andina (Perú), consideramos como identificación aproximada: Colombia, Ecuador y Bolivia. Para las voces extranjeras (Brasil), consideramos cualquier respuesta que mencione Brasil como adecuada y la frontera con Brasil o estudiantes brasileños de español como LE como respuestas aproximadas. En relación con la variedad mexicana (México), consideramos como respuesta aproximada la mención de Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. Sobre la variedad castellana (España), solamente consideramos adecuada la mención de España, sin considerar la identificación aproximada. Por último, la variedad rioplatense (Argentina) consideramos como respuesta aproximada: Paraguay y Uruguay. Las principales características sociales de los participantes de la investigación son las siguientes:

Tabla 1. Muestra de participantes

Sexo/género	Hombres	28	35%
	Mujeres	52	65%
Edad	18 a 28 años	33	41,25%
	29 a 38 años	23	28,75%
	39 a 48 años	18	22,5%
	49 a 58 años	6	7,5%
Profesión	Estudiantes	43	53,75%
	Profesores	27	33,75%
	Otras profesiones relacionadas	10	12,5%
Lugar de origen*	Brasil	40	50%
	España	30	37,5%
	Otros países hispánicos	10	12,5%
Grupo	Con formación dialectal	55	68,75%
	Sin formación dialectal	25	31,25%
Lengua materna**	Portugués	40	50%
	Español	38	47,5%
	Catalán	01	1,25%
	Euskera	01	1,25%

* Todos los participantes hispanohablantes viven en España.

** Todos los participantes hispanohablantes (40) consideran la lengua española como lengua materna. Las otras lenguas citadas fueron consideradas maternas también, además del español. Elaboración propia.

Se ha procurado que la muestra fuera lo más equilibrada posible y que, al mismo tiempo, reflejara la realidad del alumnado y los titulados en los estudios de Letras, Filología Hispánica, Traducción. Es por ello por lo que predominan las mujeres, los informantes jóvenes y las personas con formación dialectal en la muestra. La elección de la metodología y el tipo de muestra se justifica en el hecho de que ya ha sido utilizada en la mayor parte de los estudios de actitudes realizados en la última década, principalmente en los enmarcados en PRECAVES XXI, y se ha podido comprobar su validez y fiabilidad a la hora de estudiar las actitudes lingüísticas. Para una descripción más detallada de la metodología, consúltese Méndez (2022). La convención utilizada para la codificación de los nombres de los participantes es la siguiente: utilizamos la letra (P), de participante, seguido del número correspondiente a la entrevista realizada, seguido del origen (B) brasileño, (H) hispanohablante, seguido del sexo/género del participante (M) masculino o (F) femenino. Ejemplo: P45BF: participante 45, origen brasileño, sexo/género femenino. Por último, para el análisis de la (in)seguridad lingüística, los participantes respondieron a la pregunta: ¿Tú hablas bien la lengua española? La pregunta, de carácter abierto, registró las respuestas dadas por los participantes y serán analizadas en este estudio.

En el análisis de los datos, se ha utilizado programa *Statistical Package for Social Science* (SPSS), v. 18, el cual ha facilitado el manejo de los distintos tipos de datos, ha calculado las estadísticas descriptivas y ha realizado análisis estadísticos complejos. A partir del SPSS, se llevaron a cabo los procesos de codificación y transformación de las

variables según las necesidades identificadas para alcanzar los objetivos propuestos. También se computaron nuevas variables, como, por ejemplo, los totales de respuestas positivas. A continuación, se ejecutaron todos los análisis descriptivos y la elaboración de tablas o gráficos. Para finalizar el proceso de análisis, se llevaron a cabo pruebas inferenciales. Se utilizaron las siguientes pruebas: chi-cuadrado, para el análisis de asociación entre datos categóricos, y ANOVA, para las comparaciones considerando las variables cuantitativas, así como modelos de regresión lineal para una identificación más robusta de factores asociados y predictivos. La prueba de chi-cuadrado es común en investigaciones internacionales sobre creencias y actitudes lingüísticas; sin embargo, la regresión y el ANOVA no son habituales. El objetivo de utilizar estas pruebas es mostrar resultados sobre la probabilidad de obtener los mismos hallazgos en futuras investigaciones con criterios y poblaciones similares.

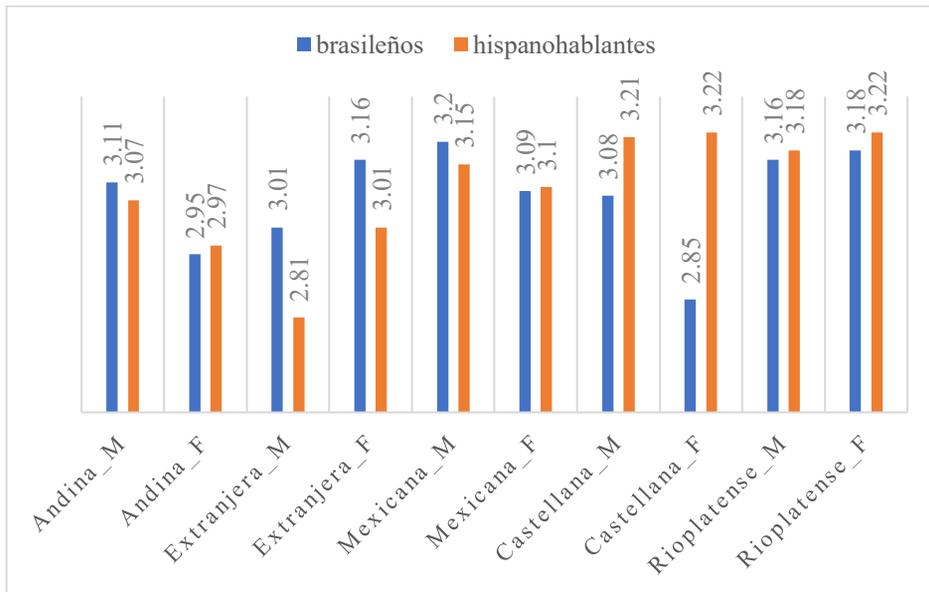
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis se presentará en tres partes. La primera trata del análisis de las medias de las evaluaciones directas, en la cual presentamos resultados generales en formato de media de todas las evaluaciones hechas por los participantes para cada variedad. La segunda parte se refiere a la identificación de las variedades realizada por los participantes. En la última parte, analizamos la (in)seguridad lingüística a partir de preguntas abiertas.

4.1. VALORACIÓN DIRECTA DE LAS VARIEDADES

En el total de 20000 evaluaciones, 250 por cada participante, hay 4585 evaluaciones negativas y 15415 positivas sobre las variedades del español analizadas de este trabajo. A continuación, presentamos las medias de las evaluaciones de los pares de adjetivos mostradas en el apartado anterior, considerando una escala de 1 a 4. De 1 a 2,5 son evaluaciones negativas y del 2,6 a 4 son evaluaciones positivas.

Gráfico 1. Las medias de las evaluaciones directas de las variedades entre los grupos: brasileños e hispanohablantes



Elaboración propia

Como se puede ver en el gráfico, las variedades con medias más altas de evaluaciones positivas entre los hispanohablantes respecto a los pares ocultos fueron la variedad castellana con una media de 3,22 para la voz femenina y 3,21 para la voz masculina y la rioplatense, con 3,22 para la voz femenina y 3,18 para la voz masculina. En ambos casos, las voces femeninas fueron mejor evaluadas por los hispanohablantes. En el grupo de los brasileños, las variedades mejor evaluadas fueron la mexicana (3,20) y la rioplatense (3,18); y, de igual modo que los hispanohablantes, las voces masculinas fueron mejor evaluadas. Las voces femeninas recibieron las medias: 3,09 para la mexicana y 3,18 para la rioplatense. Sobre la variedad andina, los brasileños atribuyeron medias de 3,11 y 2,95 para las voces masculina y femenina, respectivamente. Los hispanohablantes presentaron medias algo menores en las voces masculinas (3,07), pero superiores en las femeninas (2,97). En el caso de las voces extranjeras, tuvimos medias de 3,01 y 3,16 entre el grupo de brasileños, por encima en ambos casos a las puntuaciones asignadas a este grupo por los hispanohablantes (2,81 en las voces masculinas y 3,01 en las femeninas).

Concretamente, los adjetivos que más destacaron los hispanohablantes al evaluar las distintas variedades fueron: variedad andina voz masculina: interesante (3,60) y lenta (2,02); variedad andina voz femenina: educada (3,60) y lenta (1,98). Voz extranjera femenina: interesante (3,47) y proximidad (1,80); voz extranjera masculina: bonita (3,40) y proximidad (1,52). Variedad mexicana voz masculina: educada (3,62) y pobre (2,37); variedad mexicana voz femenina: educada (3,52) proximidad (2,27). Variedad castellana voz femenina: bonita (3,72) y dura (2,82); variedad castellana voz masculina: clara (3,65)

y aburrida (2,75). Variedad rioplatense voz masculina: educada (3,67) y proximidad (2,01); variedad rioplatense voz femenina: bonita (3,57) y proximidad (2,22).

Entre los brasileños, los adjetivos que más se destacaron entre las variedades fueron: variedad andina voz masculina: sencilla (3,70) y lenta (2,07); variedad andina voz femenina: suave (3,52) y lenta (1,95). Voz extranjera femenina: simpática (3,65) y lenta (2,35); voz extranjera masculina: bonita (3,50) y lenta (2,20). Variedad mexicana voz masculina: culta (3,60) y aburrida (2,90); variedad mexicana voz femenina: bonita (3,47) proximidad (2,20). Variedad castellana voz femenina: rápida (3,47) y proximidad (1,62); variedad castellana voz masculina: interesante (3,60) y proximidad (2,22). Variedad rioplatense voz masculina: inteligente (3,65) y proximidad (2,10); variedad rioplatense voz femenina: educada (3,67) y proximidad (2,02).

Algunas de las tendencias observadas en este estudio, como la mejor valoración de las voces masculinas, o la preferencia por voces castellanas y rioplatenses por los hablantes de español y voces americanas por hablantes americanos, ya han sido observadas en los trabajos de Guerrero y San Martín (2018), Méndez (2018), Cestero y Paredes (2022) y Camargo y Méndez (2025), vinculados al PRECAVES XXI. En estos estudios, entre otros, se observó misma la preferencia por las voces masculinas y la mejor identificación y valoración para las variedades castellana y rioplatense entre hablantes españoles y la predilección por las variedades americanas del español entre los hablantes de esas zonas. Como explicación a estos resultados, varios de estos autores se refieren, por una parte, a la *hipótesis de la cercanía de variedades*, sugerida por Preston (1989) y Montgomery (2012), según la cual, los rasgos lingüísticos próximos a nuestra variedad se identifican mejor; y, por otra, a factores como la tradición social y cultural para explicar la preferencia por las voces masculinas.

En el caso del estudio que nos ocupa, no obstante, hay un dato llamativo que resulta discordante respecto a lo referido en el párrafo anterior. A pesar de que, como se ha explicado, las voces masculinas reciben mejores valoraciones, la voz extranjera masculina esté fuertemente estigmatizada comparada con las demás, cosa que no ocurre con la voz femenina. Se puede inferir que eso se justifica por el acento adoptado por la voz femenina más semejante al de un hablante nativo de la lengua española. La voz masculina, en cambio, presenta un acento de un brasileño hablante de español, lo que la desprestigió en el contexto de la investigación. Para los informantes, esta voz es considerada áspera y rural y recibió consideraciones como las siguientes en la pregunta de respuesta abierta «indica una característica de la pronuncia que no te haya gustado»:

(1)

P13HF: A veces las o se pronuncian casi como una u.

P14HF: Es áspera.

P21HF: Da la sensación de que el hablante no tiene el idioma español como materno, no es natural.

P26HM: Quizá que no articula bien algunas palabras al no ser un español nativo.

P39BM: Desagradable.

P46BF: Ufff. No parece ser de un nativo.

P70HF: Su acento, lo que parece que no es hablante de español, fuerza algunas palabras o suenan como si las dijese un extranjero, un norteamericano por ejemplo.

P74HF: me parece un habla hispana mezclada a otros idiomas.

P78BM: No parece un nativo.

En (1) se observa que la mayor parte de las valoraciones negativas hacia el hablante brasileño se asocian con rasgos fonéticos y con su pronunciación. También con el hecho de que no parezca nativo por algunas de las palabras que utiliza, posiblemente transferidas de su lengua materna. En cambio, las mujeres no recibieron apenas respuestas de este tipo. Y las valoraciones de los informantes del estudio se centraron en los aspectos que más les gustaban de la voz extranjera femenina:

(2)

P03HF: La musicalidad

P04HM: La /r/ de largo, la y, el seseo, unas oclusivas marcadas

P19HF: La dulzura de la voz

P24HM: Vocaliza muy claramente y se entiende perfectamente.

P26HM: La variedad de su tono y la musicalidad con la que habla

P42BM: Tiene la pronunciación del r fuerte.

P44BM: Me gusta la tonada.

P45BF: Bonita voz.

P48BF: As palavras são muito claras, o R é muito marcado.

Como se ha podido ver, en (2) lo que más les agradó fue la entonación y claridad de habla, además de la pronunciación de la «r». El hecho de no haber ningún o casi ningún rasgo de fosilización relacionado con la lengua materna y/o interlengua de esta voz fue, aparentemente, lo que le atribuyó evaluaciones más positivas. El concepto de fosilización, trabajado por la lingüística aplicada, nos explica la diferencia en las actitudes entre las voces femenina y masculina. Esto lo vemos, por ejemplo, en el testimonio de la participante 13, quien menciona que la pronunciación de la letra «o» casi como «u» como un rasgo negativo propio de la fosilización. De acuerdo con Selinker (1972) «fossilizable linguistic phenomena are linguistic items, rules, and subsystems which speakers of a particular NL (Native Language) will tend to keep in their IL (Interlanguage) relative to a particular TL (Target Language), no matter what the age of the learner or amount of explanation and instruction he receives in the TL» (Selinker, 1972: 215).

Sobre la variedad rioplatense, una de las mejores valoradas tanto por los hispanohablantes como por los brasileños, los participantes destacaron los siguientes rasgos:

(3)

P02HF: Aspiración de/s/ implosiva y al final de palabra (/hahta/).

P06HF: La entonación «cantarina».

P07HF: La entonación y la fuerza expresiva que tiene.

P11HF: La entonación es como cantada.

P13HF: Me resulta envolvente la pronunciación y la entonación en general.

P22HM: Cómo aspira la /s/ implosiva, cómo asibila la /r/ en «arraigo» y que sean sonoras sus /j - ʎ/.

P24HM: El sonido Y lo pronuncia como SH.

P25HM: El tono de voz me gusta. También la impresión y el detenimiento que realiza cuando quiere mostrar mayor importancia por algo en concreto.

Otros aspectos mencionados fueron: «el tono», «las r fuertes», «el ritmo variado», «el acento», etc. Las justificaciones presentadas van al encuentro de lo que

afirma Moreno Fernández (2022) sobre esta variedad, que se convirtió en una especie de «marca registrada» de la lengua por su pronunciación marcada y característica saliente. Lo que se puede notar es que hay semejanzas entre los aspectos que más agradan a los participantes entre la voz masculina y femenina, entre ellos: voz cantarina, musicalidad y entonación, lo cual sugiere que el tipo de voz (masculina y femenina) no ha sido un factor determinante en todos los casos y que son los aspectos fonéticos y prosódicos los que parecen tener más peso en algunos casos.

Si atendemos a las evaluaciones positivas de cada variedad y las relacionamos con la media positiva general de valoración directa, nos encontramos con que las variedades reciben una consideración muy positiva en todos los casos, como se aprecia en la tabla 2:

Tabla 2. Porcentaje medio de evaluaciones positivas de las variedades en relación con la media general de la valoración directa

<i>Total porcentual de positivos</i>			
<i>Origen</i>	<i>Media (%)</i>	<i>Desviación padrón</i>	<i>p-valor</i>
Andina	74,80	17,54	<0,001
Extranjera	73,05	20,03	
Mexicana	79,20	19,56	
Castellana	76,43	22,76	
Rioplátense	81,95	15,78	

Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 2, las voces extranjeras fueron las que recibieron la menor media porcentual (73,05 %), seguidas por la variedad andina, que recibió una media porcentual de 74,80 % de evaluaciones positivas y la variedad castellana, con 76,43 %. La variedad mexicana fue la segunda mejor evaluada según la media porcentual, muy especialmente por los hablantes brasileños, con un total de 79,20 % de las evaluaciones positivas y la mayor media porcentual es de la variedad rioplátense, con 81,95 %. Esta relación, estadísticamente significativa de acuerdo con los resultados aportados por la prueba chi-cuadrado, permite medir más claramente la percepción sobre el prestigio y la consideración social que reciben cada una de las voces estudiadas. Estos resultados, una vez más, refuerzan los observados en trabajos anteriores en los que la variedad castellana se valora mejor en España y las variedades americanas, con la rioplátense a la cabeza, en América.

4.2. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIEDADES

En este apartado, se mide el grado de identificación o reconocimiento de las variedades examinadas. El primer dato reseñable es que existe una proporción más alta de identificación adecuada de la variedad castellana que de cualquier otra variedad. De los 80 participantes, se obtuvieron un 77,5 % de respuestas correctas en relación con la voz castellana femenina, y 71,3 % de respuestas correctas para la voz castellana

masculina. A esta le sigue la variedad rioplatense también ampliamente reconocible (58,8 % y 47,5 %), conforme se ve en la tabla 3, y la extranjera en el caso de la voz masculina (38,8 %) que está muy marcada como se ha explicado ya:

Tabla 3. Nivel de identificación de las variedades

<i>Variedades</i>	<i>Sexo/género de la voz</i>	<i>Identificación adecuada N (%)</i>	<i>Identificación aproximada N (%)</i>	<i>Identificación inadecuada N (%)</i>	<i>p-valor</i>
Andina	Masculino	10 (12,5 %)	15 (18,8 %)	55 (68,8 %)	<0,001
	Femenino	17 (21,3 %)	29 (36,3 %)	34 (42,5 %)	
Extranjera	Masculino	31 (38,8 %)	11 (13,8 %)	38 (47,5 %)	
	Femenino	16 (20 %)	7 (8,8 %)	57 (71,3 %)	
Mexicana	Masculino	24 (30 %)	4 (5 %)	52 (65 %)	
	Femenino	23 (28,8 %)	8 (10 %)	49 (61,3 %)	
Castellana	Masculino	57 (71,3 %)	-	23 (28,8 %)	
	Femenino	62 (77,5 %)	-	18 (22,5 %)	
Rioplatense	Masculino	47 (58,8 %)	6 (7,5 %)	27 (33,8 %)	
	Femenino	38 (47,5 %)	18 (22,5 %)	24 (30 %)	

Elaboración propia

En el total de 800 respuestas sobre identificación de las variedades, 10 evaluaciones por cada informante, se registraron 325 con una identificación adecuada, 98 con una identificación aproximada y 377 con una identificación inadecuada o errónea. Si contamos las identificaciones adecuadas con las aproximadas, tenemos un total de 423 respuestas correctas para los orígenes de las variedades, o sea, un número algo superior al de respuestas inadecuadas. En la tabla 3 podemos ver las frecuencia absolutas y relativas de identificación de las voces masculinas y femeninas de cada una de las variedades analizadas. La voz masculina de la variedad andina tuvo una tasa de error muy alta en la identificación (N 55: 68,8 %), mientras que la voz femenina tuvo N34: 42,5 % de identificación inadecuada. La variedad mexicana tuvo N 24: 30 % de acierto para la voz masculina y N 23: 28,8 % para la voz femenina, y N 52: 65 % e N 49: 61,3 % de identificación inadecuada, respectivamente. Sobre la voz castellana, como se ha visto, presentó un mayor nivel de identificación correcta con N 57: 71,3 % para la voz masculina y N 62: 77,5 % para la voz femenina.

De acuerdo con Méndez (2022: 377), el hecho de que haya una mayor identificación correcta para la variedad española castellana se debe a la tradición de considerar esta variedad como referencia, idea que sigue en vigor en algunos contextos sociales y/o grupos sociales. También porque la mitad de los participantes son hispanohablantes, en su mayoría españoles. Ello justifica que sea más fácil para estos hablantes reconocer su propia variedad, conforme a lo que apuntan los trabajos realizados dentro del grupo PRECAVES XXI (Cestero y Paredes, 2018, 2022; Hernández y Samper, 2018; Manjón, 2018; Santana, 2018; Méndez y Camargo, 2024; Camargo y Méndez,

2025, entre otros). En el caso de la variedad rioplatense, también hay una proporción alta de identificación exacta, siendo N 47: 58,8 % para la voz masculina y N 38: 47,5 % para la voz femenina. Las voces extranjeras presentaron N 31: 38,8 % de acierto para la voz masculina y solamente N16: 20 % para la voz femenina. La mayoría de los participantes citaron como origen de la voz femenina los siguientes países: Colombia, México, Bolivia, Venezuela, Guatemala, Perú y Paraguay.

Nos llama la atención que la voz extranjera masculina, mucho más marcada, haya sido mejor identificada que la voz extranjera femenina. Este hecho puede relacionarse, como se verá en el siguiente apartado, con la inseguridad lingüística hacia la «calidad» de su español que tienen un buen número de los participantes en la investigación y también con el hecho de ser o no nativo de la lengua en cuestión. A partir de los datos presentados, se puede decir que identificar adecuadamente una variedad está relacionado con el hecho de que la voz presente o no rasgos marcados de una variedad y con nuestra propia competencia lingüística en la lengua/variedad evaluada (Carraro *et al.*, 2024; Carraro, 2025). Como se aprecia en la tabla 4, la prueba de chi-cuadrado permite establecer una relación estadísticamente significativa entre ser brasileño o hispanohablante y la adecuación, aproximación o inadecuación en la identificación de las variedades (p -valor $<0,001$):

Tabla 4. Relación entre el origen nativo/no nativo del participante y la identificación de las variedades

<i>Origen del participante</i>	<i>adecuada</i>		<i>aproximada</i>		<i>inadecuada</i>		<i>p-valor</i>
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	
Hispano-hablante	207	63,7 %	55	56,1 %	138	36,6 %	<0,001
Brasileño	118	36,3 %	43	43,9 %	239	63,4 %	

Elaboración propia

El análisis aplicado a la relación entre el origen del participante y la identificación de las variedades nos muestra, pues, que, entre los hispanohablantes, hay un mayor porcentual de respuestas de identificación adecuadas (63,7 %). Entre los participantes brasileños, hay un porcentual mayor para las respuestas de identificación inadecuadas (63,4 %). Se entiende, entonces, que el hecho de ser hispanohablante facilita en el momento de identificación de variedades del español, ya que se trata de su lengua materna. Veamos ahora, en la tabla 5, qué variedades son mejor identificadas por cada grupo de participantes:

Tabla 5. Relación entre el origen del informante y la identificación de cada una de las variedades del español estudiadas

<i>Origen de la voz</i>	<i>Identificación de las variedades</i>	<i>Origen del participante</i>				<i>p-valor</i>
		<i>hispanohablante</i>		<i>brasileño</i>		
		<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	
	adecuada	14	17,5 %	13	16,3 %	
Andina	aproximada	25	31,3 %	19	23,8 %	0,495
	inadecuada	41	51,3 %	48	60,0 %	
	adecuada	25	31,3 %	22	27,5 %	
Extranjera	aproximada	10	12,5 %	8	10,0 %	0,713
	inadecuada	45	56,3 %	50	62,5 %	
	adecuada	33	41,3 %	14	17,5 %	
Mexicana	aproximada	7	8,8 %	5	6,3 %	0,002
	inadecuada	40	50,0 %	61	76,3 %	
	adecuada	79	98,8 %	40	50,0 %	
Castellana	aproximada	0	,0 %	0	,0 %	<0,001
	inadecuada	1	1,3 %	40	50,0 %	
	adecuada	56	70,0 %	29	36,3 %	
Rioplátense	aproximada	13	16,3 %	11	13,8 %	<0,001
	inadecuada	11	13,8 %	40	50,0 %	

Elaboración propia

En este caso, las pruebas estadísticas de chi-cuadrado permiten ver nuevamente una relación estadísticamente significativa en la identificación de tres de las cinco variedades: mexicana, castellana y rioplatense. Se entiende que estas variedades tienen un nivel más alto de identificación correcta por parte de los hispanohablantes y eso puede estar relacionado con el hecho de que están identificando su propia variedad u otra variedad con gran número de hablantes lo que la hace más fácilmente identificable. Este resultado vuelve a coincidir con el observado por estudios previos que se puede relacionar, como ya han hecho otros autores, con la hipótesis de la cercanía de las variedades (Preston, 1989; Montgomery, 2012), anteriormente mencionada. Aunque no haya significancia estadística para las voces extranjeras y la variedad andina, se nota que, en números absolutos y porcentajes, los hispanohablantes pueden identificar mejor estos audios en comparación con el grupo de brasileños.

Adicionalmente, para saber si hay relación entre el total de las evaluaciones positivas y la identificación de las variedades, se aplicaron pruebas de regresión con estas dos variables. Los resultados pueden verse en la tabla 6:

Tabla 6. Coeficiente del test de regresión para las variables identificación de las variedades y total de evaluaciones positivas

Variables	<i>Modelo Simple</i>			<i>Modelos Múltiplo</i>		
	Coef.	p-valor	R ²	Coef.	p-valor	R ²
Andina	-11,1 %	<0,001	5,7 %	-7,150	0,001	2,2 %
Extranjera	-6,2 %	0,007	1,5 %	-8,900	0,000	
Mexicana	1,7 %	0,494	0,1 %	-2,750	0,202	
Castellana	4,4 %	0,017	1,1 %	-5,525	0,011	
Rioplatense	6,6 %	<0,001	2,7 %	e*	-	

Elaboración propia

Coef.: coeficiente beta de regresión para la variable; p-valor correspondiente al test t de significancia del coeficiente; r²: coeficiente de determinación del modelo; e*: variable excluida debido a problemas de colinealidad.

*El modelo consideró apenas los respondientes con identificación adecuada o aproximada en la evaluación de cada origen de los audios.

Estos resultados sugieren que, cuando los participantes responden correctamente sobre el origen de la variedad andina, se espera una disminución media de 11,1 % del porcentual de respuestas positivas en comparación a los demás orígenes de audios. En el mismo escenario, se espera una disminución de 6,2 % en el porcentual de respuestas positivas para los audios extranjeros en comparación a los demás. Los audios mexicanos no presentaron relevancia estadística en la regresión simple, pero su porcentual es positivo, al contrario de los anteriores. Sobre los audios castellanos, se observó un resultado con padrón inverso a los primeros que también presentaron significancia estadística. Se espera, en media, 4,4 % más de respuestas positivas para esta variedad en comparación a las demás. La variedad rioplatense también sigue el padrón de relación directamente proporcional con el total de respuestas positivas mensurado en porcentual, donde se espera un 6,6 % de aumento medio en el total de respuestas positivas para esta variedad en relación con las demás.

Considerando que la evaluación individual fue muy positiva para la variedad rioplatense, el resultado presentado por el modelo múltiplo no es incoherente al escenario, como las demás variedades ya presentaban, en el análisis individual, o menor fuerza de asociación o asociación inversa, en el modelo múltiplo. Después de la exclusión de la variable con mayor asociación positiva, son evidentes las asociaciones negativas relacionadas a las demás variedades, o sea, en un escenario donde consideramos al mismo tiempo todas las variedades, cuando los participantes contestan adecuadamente la variedad andina, se espera una disminución de porcentual de respuestas positivas de 7,15 %; cuando responden adecuadamente las voces extranjeras, se espera una disminución de 8,9 %; y cuando responden adecuadamente la variedad castellana, se espera una disminución de 5,53 % en comparación a las demás. Estos resultados pueden traducirse en que, cuando los participantes reconocen la variedad evaluada, tenemos dos de ellas que son evaluadas más negativamente, a saber: la andina y la voz extranjera. La variedad mexicana no muestra efecto significativo. Mientras las variedades castellana y rioplatense son mejores evaluadas cuando reconocidas.

4.3. (IN)SEGURIDAD LINGÜÍSTICA

Como se pudo ver en los apartados anteriores y en otros trabajos del área (Moreno Fernández, 2009; López Morales, 2004; Méndez, 2022), cada sujeto tiene una idea particular de lo que es hablar bien una lengua y, a partir de esta idea, presenta determinadas actitudes hacia la manera de hablar. En este apartado, se presentan las actitudes y percepciones que los informantes tienen sobre sí mismos y sobre su manera de hablar, su variedad, su acento, entre otros aspectos relacionados a su identidad de habla. Estas percepciones nos permiten hacernos una idea inicial de la posible (in)seguridad lingüística (Labov, 1983) de los informantes al hablar español. En concepto de (in)seguridad lingüística aparece definido en el *Diccionario de términos sociolingüísticos* como las

motivaciones actitudinales que llevan a los hablantes a tener sentimientos negativos sobre su propia variedad materna, o sobre algunos aspectos de ella, y que les hacen sentirse inseguros sobre su valor o 'corrección'. Esta inseguridad puede hacerles intentar acomodarse a, o adquirir, formas de habla de mejor estatus, y puede conducir a hipercorrección a los hablantes o a hipercorrección laboviana a los grupos sociales (Trudgill y Hernández Campoy 2007, 182-183).

Para conocer las actitudes de los participantes en relación con estos aspectos, hemos analizado las respuestas de los 80 participantes en torno a la pregunta: «¿tú crees que hablas bien la lengua española?». En la tabla 7, se presentan los resultados a esta pregunta en términos de frecuencias absolutas, relativas y del resultado de la prueba de chi-cuadrado a partir de las tres respuestas posibles: «sí», «no» y «depende del contexto o concepto de lo que sería hablar bien una lengua»:

Tabla 7. (In)seguridad lingüística del grupo de participantes

<i>Origen del participante</i>	<i>No</i>		<i>Sí</i>		<i>Depende del contexto/concepto</i>		<i>p-valor</i>
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	
Hispanohablante	6	15,0 %	29	72,5 %	5	12,5 %	0,002
Brasileño	20	50,0 %	19	47,5 %	1	2,5 %	

Elaboración propia

Del total de la muestra, el 72,5 % de los hispanohablantes presentaron seguridad lingüística y solamente el 47,5 % de los brasileños proporcionan el mismo resultado. El porcentual de inseguridad lingüística fue de 15 % para los hispanohablantes y de 50 % para los brasileños. El 12 % de los hispanohablantes y el 2,5 % de los brasileños afirmaron hablan bien, dependiendo del contexto en que se encuentran o dependiendo del concepto de lo que es hablar bien una lengua. Entre las causas que mencionaron los hispanohablantes sobre su inseguridad lingüística, destacan el hecho de no ser entendidos, de mezclar idiomas o variedades y de no tener conocimientos gramaticales suficientes. A continuación, pueden verse en más detalle algunas de estas motivaciones:

(4)

P01HF: No, mucha gente no me entiende. Hablo muy rápido y con mucho acento extremeño.

P07HF: No creo hablarla muy bien, aunque para escribirla sí creo que todavía estoy haciéndolo óptimamente. Me pasa que, como estoy en contacto con el inglés u otras lenguas, a veces se me olvidan palabras, o tengo discordancias de género/número, cosas así. O pongo el verbo en inglés y lo conjugo en español. Una ensalada la verdad.

P22HM: Me gustaría decir que sí, pero no puedo contradecirme con lo que he respondido antes. Considero que no transmito las cosas del todo como me gustaría y a veces me trabo. Dudo de que la razón sea el hablar en euskera porque 1) no hablo tanto y 2) asocio esa falta de fluidez con lo cansado que llevo desde hace años y con el haberme ido a vivir fuera hablando mayormente inglés. Por lo demás, creo que la variedad de mi zona y mi entorno es muy bonita y digna de escuchar todo el día.

P28HF: Yo considero que no hablo bien el español ya que cometo errores al tratar de hacer mis oraciones y las formulo mal, a veces uso palabras que no van en el contexto, pero creo que son las propias para la conversación.

Para la participante 01, en (4), como se ha visto, el hecho de que su acento sea extremeño le da una idea de que no habla bien el idioma. Se puede inferir que, de acuerdo con la creencia de la participante, esta variedad de la lengua española no es tan prestigiosa como la castellana. Para la participante 07, hablar bien sería no mezclar idiomas, y como ella lo hace con el español y el inglés, le da una idea de que no habla bien. Lo mismo pasa con el participante 22, quien relata no tener tanta fluidez por haber vivido en un país de habla inglesa y haber utilizado durante mucho tiempo esta lengua, lo que ocasiona muchas interferencias a la hora de hablar español. La participante 28 comenta que tiene muchos errores en el habla y formula las frases mal, ya que, como menciona anteriormente, el habla tiene sus propias reglas y son diferentes de las reglas de la escrita.

El grupo de brasileños, además de las características ya mencionadas por los hispanohablantes en los datos anteriores, añade el hecho de que «me faltan las palabras» en una conversación y la falta de fluidez en el habla.

(5)

P35BM: No. Comprendo bien, pero en la hora de hablar, me faltan palabras.

P60BF: No, porque hablo de manera dura, no es suave, y además no logro hallar términos para expresarme como los nativos y eso me impide de hablar sin interrupciones y además hablo despacio.

P78BM: Aun no hablo bien, no. Tengo muy poco vocabulario y poca exposición al idioma para hablar con confianza.

P80BF: No, pues me faltan las palabras a la hora de expresarme y siento que no tengo tanta fluidez en el habla.

Se entiende en (5), según los participantes 35, 60, 78 y 80, que para hablar bien una lengua se debe tener conocimiento amplio de vocabulario, hablar de manera suave, sin interrupciones, hablar con confianza y rápido. Se mantiene aquí la idea de que hablar bien una lengua implica entonar correctamente, tener una velocidad adecuada, demostrar riqueza léxica y hablar fluido. Algunos hispanohablantes añadieron que el origen y el

conocimiento gramatical también intervienen en la corrección idiomática o en el buen uso del español:

(6)

P03HF: Sí, claro. Es mi lengua materna y con ella me comunico a la perfección.

P08HF: Sí, no cometo errores gramaticales.

En (6), para los participantes 03 y 08, aún permanece la idea de que para hablar bien una lengua es necesario seguir reglas gramaticales y ser nativo del idioma. Hay, sin embargo, otros participantes que presentaron otro tipo de argumentos como que lo que prima es la comprensión o el éxito comunicativo, independientemente de si cometen pequeños errores:

(7)

P17HF: Sí porque soy capaz de adaptarme a diversos contextos de comunicación con una amplia variedad de vocabulario, pero, si no encuentro las palabras, busco otra manera de comunicar lo que quiero decir.

P25HM: Yo abogo por una perspectiva de análisis totalmente descriptiva. Yo creo que sí hablo bien el español porque la gente en la mayoría de situaciones comprende mi mensaje. Además, también puedo adaptarme a las condiciones de una u otra situación comunicativa. Si eludo una s final o no me importa poco o nada.

P31HM: Considero que hablo bien el español porque es mi lengua materna principalmente, además algunas de mis aficiones son leer y escribir. Sin embargo, seguro que cometo algunos errores de ortografía o concordancia y mi vocabulario no es igual de amplio como el de un filólogo o escritor profesional, pero hablo «bien» porque me comunico con efectividad con cualquier interlocutor hispanohablante.

Los participantes 17, 25 y 31, en (7), dicen que hablar bien una lengua es ser entendido por los demás y saber adaptarse al contexto de habla. Sobre eso, Calvet (2002) apunta que un buen hablante es aquel que se comporta como un camaleón lingüístico; en otras palabras, aquél que se adapta y ajusta su manera de hablar al contexto en que se encuentra. De acuerdo con los datos presentados, de manera general, hablar bien una lengua para los informantes analizados está relacionado con el conocimiento gramatical y léxico y con ser entendido por los interlocutores. Los participantes que contestaron «depende», lo justificaron diciendo que depende del contexto, pues su variedad puede no ser muy bien entendida o aceptada, o relataron que depende de lo que se considere hablar bien una lengua.

Los resultados acerca de la (in)seguridad lingüística analizados en los sujetos de la muestra permiten tener unas primeras ideas sobre posibles factores que incluyen en los hablantes a la hora de determinar el prestigio de una variedad, hacer valoraciones positivas o negativas hacia esta y de elegir ciertos usos o variedades lingüísticas frente a otras. No obstante, y sin ningún tipo de dudas, estos resultados deberán contrastarse con los que se obtengan en futuros estudios similares que cuenten con una muestra más amplia

y estratificada para profundizar sobre esta idea y añadir otros factores adicionales que incluyan en la (in)seguridad lingüística.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo hemos examinado las actitudes lingüísticas hacia las variedades del español de un grupo de hablantes de español nativos y extranjeros. Hemos centrado el análisis en tres aspectos fundamentales: (1) el prestigio de las variedades castellana, mexicana, andina, rioplatense y la hablada por sujetos extranjeros; (2) la valoración directa que reciben cada una de estas variedades; y (3) la (in)seguridad lingüística hacia el español que presentan los informantes del estudio. Para hacerlo, hemos utilizado un cuestionario inspirado en el del proyecto PRECAVES XXI con algunas modificaciones. Para hacerlo, se ha recurrido a la recogida de muestras de 80 informantes, 40 hablantes de español y 40 brasileños, estudiantes o egresado de los grados en Letras, Filología, traducción u otros grados similares.

En el estudio se ha partido de tres hipótesis. La primera de ellas hacía referencia al prestigio de las variedades estudiadas. Siguiendo la bibliografía existente (Lambert y Lambert, 1975; López Morales, 1979, 2004; Gómez Molina, 1987; Blas Arroyo, 2005; Moreno Fernández, 2009; y Garret 2010, entre otros), considerábamos que las variedades más prestigiosas serían la castellana y la rioplatense. Los resultados del estudio sugieren que esta hipótesis solo puede confirmarse parcialmente puesto que esta consideración solo aplica al grupo de hispanohablantes analizado, pero no al grupo de brasileños, quienes perciben como más prestigiosas las variedades mexicana y rioplatense y sitúan el castellano, en el caso de las voces femeninas, en el último lugar. La media general sugiere que la rioplatense es la variedad más prestigiosa, con una media de 81,95 % en relación con las actitudes positivas presentadas. Este hecho, como se ha visto, coincide con lo observado en varios trabajos del área (Cestero y Paredes, 2015; Moreno Fernández, 2020; Méndez, 2022).

En cuanto a la identificación de las variedades, se ha podido confirmar completamente la segunda hipótesis de partida, puesto que fueron los participantes hispanohablantes quienes presentaron un nivel más alto de identificación adecuada de las variedades de la lengua española. En particular, fue la variedad castellana, la propia de muchos de los encuestados, la mejor identificada. A esta le siguieron la variedad rioplatense, por sus rasgos salientes y la voz masculina extranjera, por sus marcas de fosilización. Estos resultados, una vez más, pueden relacionarse con los observados en diferentes trabajos presentados anteriormente sobre las actitudes lingüísticas hacia el español como, por ejemplo, el de Méndez (2018) y Cestero y Paredes (2022) y pueden relacionarse con la *hipótesis de la cercanía de variedades*, sugerida por Preston (1989) y Montgomery (2012).

Por último, el estudio realizado ha permitido confirmar el hecho de que los brasileños presentan más inseguridad lingüística que los hispanohablantes, aspecto que coincide con los propuesto en la tercera hipótesis del trabajo. Esta inseguridad se debe a que, para ellos, hablar bien una lengua extranjera es hablar como un nativo, no ser identificado como extranjero, tener fluidez en el hablar y no mezclar los idiomas. Para los hispanohablantes, hablar bien, en cambio, tiene una dimensión diferente más relacionada con no cometer errores gramaticales y hacerse entender. Con esta parte del estudio, se pretendía hacer una primera aproximación al estudio de la (in)seguridad lingüística (Labov, 1983) en relación con las diferentes variedades del español. En futuros

estudios, será necesario ampliar el estudio a otras variedades del español, así como aumentar el grupo de informantes, sus nacionalidades y sus perfiles sociales.

6. REFERENCIAS

- Blas Arroyo, Jose Luis. (2005). *Sociolingüística del español: desarrollos y perspectivas en el estudio de la lengua española en contexto social*. Madrid: Cátedra.
- Calvet, Louis Jean. (2002). *Sociolingüística: uma introdução crítica*. São Paulo: Parábola.
- Camargo Fernández, Laura. y Méndez Guerrero, Beatriz. (2025). La percepción de las variedades del español en Mallorca. Dialectología perceptiva a partir del PRECAVES XXI. *Spanish in Context*, v.22(1).
- Carraro, Fernanda Priscila; Loregian-Penkál, Loremi; Méndez Guerrero, Beatriz. (2024). Atitudes linguísticas de hispanofalantes sobre variedades da língua espanhola. *Working Papers em Linguística*, v. 25, n. 2, 37-54. <https://doi.org/10.5007/1984-8420.2024.e98507>
- Carraro, Fernanda Priscila. (2025). «*Você fala melhor que eu*»: crenças, atitudes, representações e (in)segurança linguística de falantes de espanhol como língua materna e estrangeira. Tesis doctoral inédita. Universidade Estadual do Centro-Oeste/UNICENTRO. <https://tede.unicentro.br/jspui/bitstream/jspui/2443/2/Tese%20Fernanda%20Carraro.pdf>
- Cestero, Ana M. y Paredes, Florentino. (2013a). Creencias y actitudes hacia las variedades del español en el siglo XXI: avance de un proyecto de investigación. In.: DA HORA, D.; PEDROSA, J. R.; LUCENA, R. M. (Eds.), *ALFAL 50 anos: contribuições para os estudos linguísticos e filológicos*. pp. 652-683. João Pessoa: Ideia.
- Cestero, Ana M. y Paredes, Florentino. (2013b). Cuestionario para el estudio de las creencias y actitudes hacia las variedades del español en el siglo XXI. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá. <http://www.variedadesdelespanol.es/>.
- Cestero, Ana M. y Paredes, Florentino. (2015). Creencias y actitudes hacia las variedades normativas del español actual: primeros resultados del Proyecto PRECAVES XXI. *Spanish in Context*, 12(2), 255-279.
- Cestero, Ana M. y Paredes, Florentino. (2018). Creencias y actitudes hacia las variedades cultas del español actual: el proyecto PRECAVES XXI. *Boletín de Filología*, 53(2), 11-43. <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/51940>
- Cestero, Ana M. y Paredes, Florentino. (2022). La percepción de las variedades cultas del español por parte de los madrileños: un estudio de dialectología perceptiva a partir del PRECAVES XXI. *Linred: Lingüística en la Red*, 19.
- Guerrero, Silvana. y San Martín, Abelardo. (2018). Creencias y actitudes de los jóvenes universitarios chilenos hacia las variedades cultas del español. *Boletín de Filología*, 53(2). <https://doi.org/10.4067/S0718-93032018000200237>.
- Hernández, Clara., & Samper, Marta. (2018). Creencias y actitudes de los jóvenes universitarios canarios hacia las variedades cultas del español. *Boletín De Filología*, 53(2), pp. 179–208. Recuperado a partir de <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/51945>.
- Labov, William. (1983). *Modelos sociolingüísticos*. Cátedra.

- Labov, William. (2008). *Padrões sociolinguísticos*. Tradução de Marcos Bagno, Maria Marta Pereira Scherre e Caroline Rodrigues Cardoso. São Paulo: Parábola Editorial.
- Lambert, William W. y Lambert, Wallace E. (1975). *Psicologia Social*. Rio de Janeiro: Zahar Editores. Traducción de Dante Moreira Leite.
- López Morales, Humberto. (1979). Dialectos verticales en San Juan: índices de conciencia lingüística. In: *Dialectología y Sociolingüística*. Temas Puertorriqueños, Madrid: Hispanova de Ediciones.
- López Morales, Humberto. (2004). *Sociolingüística*. 3.^a edição, Madrid: Gredos.
- Mendes, Julia Costa.; Oliveira, Gilvan Müller. (2019). Variedades linguísticas do espanhol na sala de aula de língua estrangeira: a relação entre ideologias e políticas linguísticas. *Revista Inteseccões*, Santa Catarina, v.12, n.27.
- Méndez Guerrero, Beatriz. (2018). Creencias y actitudes de los jóvenes mallorquines hacia las variedades cultas del español, *Boletín de Filología*, 53(2): 87-114. <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/51942>.
- Méndez Guerrero, Beatriz. (2022). Actitudes de los mallorquines hacia el castellano y el andaluz. Datos del proyecto PRECAVES XXI, *Revista española de lingüística aplicada (RESLA)* 35(2): 1-31.
- Méndez Guerrero, Beatriz. y Camargo Fernández, Laura. (2024). Evaluation and Perception of Spanish Varieties by Majorcans: Distance, Prestige and Identity. En M. R. Barbosa y T. Bugel (Eds.), *Language Attitudes and the Pursuit of Social Justice Identity, Prejudice, and Education* (pp. 251-275). Routledge.
- Manjón-Cabeza Cruz, Antonio. (2018). Creencias y actitudes de los jóvenes universitarios granadinos hacia las variedades cultas del español. *Boletín De Filología*, 53(2), pp. 145–177. Recuperado a partir de <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/51944>.
- Montgomery, Chris. (2012). The Effect of Proximity in Perceptual Dialectology. *Journal of Sociolinguistics*, 16(5), 638-668.
- Moreno Fernández, Francisco. (2009). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel.
- Pereira, Telma.; Costa, Débora. (2012). Representação linguística: perspectivas práticas e teóricas. *Gragoatá*, Niterói, n. 32.
- Pizzatto, Solange Goretti Moreira. (2020). *Indícios de atitudes linguísticas de falantes brasileiros na localidade de capanema-pr: o falar diferente na fronteira*. 2020. 213 f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Letras) - UNIOESTE, Cascavel.
- Preston, Dennis R. (1989). Perceptual Dialectology: Non-Linguists' View of Aerial Linguistics. *Foris*.
- Santana, Juana. (2018). Creencias y actitudes de los jóvenes universitarios sevillanos hacia las variedades cultas del español. *Boletín De Filología*, 53(2), pp. 115–144. Recuperado a partir de <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/51943>.
- Santos Díaz, Inmaculada C.; Ávila Muñoz, Antonio M. (2021). Creencias y actitudes lingüísticas de los universitarios malagueños hacia la variedad andaluza. *Philologia Hispalensis*, v. 35, n. 1. <https://dx.doi.org/10.12795/PH.2021.v35.i01.08>.
- Svetozarovová, Radka. (2020). Creencias y actitudes de los jóvenes universitarios eslovacos, checos y polacos hacia el andaluz. *Philologia Hispalensis*, v. 35, n. 1. <https://dx.doi.org/10.12795/PH.2021.v35.i01.10>.

Trudgill, Peter. y Hernández Campoy, Juan M. (2007). *Diccionario de sociolingüística*. Gredos.

Dinkelacker, Franziska (2025): Más allá de las fronteras: diferencias y similitudes entre dos textos interculturales del ámbito alemán y español. *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol. XXXVI, 85-103

ISSN 1697-7750 · E-ISSN 2340-4981

DOI: <https://doi.org/10.6035/clr.8491>



Más allá de las fronteras: diferencias y similitudes entre dos novelas interculturales del ámbito alemán y español

Beyond borders: differences and similarities between two intercultural novels from the German and Spanish context

FRANZISKA DINKELACKER

UNIVERSITAT JAUME I

<https://orcid.org/0009-0008-3289-7891>

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-10-30

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2025-03-04

RESUMEN: Hasta el momento, la literatura intercultural, entendida como aquella escrita por personas con un trasfondo cultural y lingüístico diferente al de publicación, se ha investigado principalmente desde perspectivas nacionales, a pesar de tratarse de un fenómeno global. En el presente artículo, se analizan dos novelas de ámbitos culturales y lingüísticos así como momentos históricos distintos: *Das Leben ist eine Karawanserei* de la turco-alemana Emine Sevgi Özdamar (1992) y *Dilluns ens estimaran / El lunes nos querrán* de la marroquí-catalana Najat El Hachmi (2021), a fin de determinar si, efectivamente, se pueden hallar paralelismos entre ambos que vayan más allá de su contexto nacional concreto. Dada la dificultad de definir con exactitud este «género», se proponen cinco dimensiones amplias –lingüística, cultural, temática, estética y orientada hacia la recepción– como punto de partida para comparar los textos en relación a su interculturalidad. El análisis revela notables semejanzas en lo que se refiere a la dimensión cultural, estética y orientada hacia la recepción, aunque los textos difieren en la presencia de varias lenguas y el enfoque temático.

Palabras clave: literatura intercultural, literatura transcultural, migración, hibridación, multilingüismo, criterios de comparación.

ABSTRACT: Until now, intercultural literature, that is, literature written by people with a cultural and linguistic background different from that of publication, has been investigated mainly from national perspectives, despite the fact that it is a global phenomenon. In the present paper, two novels from different cultural and linguistic

backgrounds as well as different historical moments are analyzed: *Das Leben ist eine Karawanserei* by the Turkish-German Emine Sevgi Özdamar (1992) and *Dilluns ens estimaran / El lunes nos querrán* by the Moroccan-Catalan Najat El Hachmi (2021), in order to determine whether, indeed, there can be found parallelisms that surpass their specific national context. Given the difficulty of defining this “genre” precisely, five broad dimensions - linguistic, cultural, thematic, aesthetic and reception-oriented - are proposed as a starting point for comparing the texts in relation to their interculturality. The analysis reveals remarkable similarities in the cultural, aesthetic and reception-oriented dimensions, although the texts differ in the presence of several languages and the thematic focus.

Key words: intercultural literature, transcultural literature, migration, hybridization, multilingualism, comparison criteria.

1. INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, la llamada literatura intercultural –a grandes rasgos, aquella escrita por personas con un trasfondo cultural y lingüístico distinto del de su país de acogida– ha ido ganando importancia y visibilidad alrededor del mundo. No obstante, hasta el momento se han analizado y comparado casi siempre de manera aislada, desde una perspectiva nacional y en el marco de las respectivas filologías. Codina (2018: 47) aboga por sacar a estos textos de sus contextos lingüísticos, culturales e históricos concretos a fin de detectar paralelismos entre textos interculturales de diferente procedencia.

Siguiendo esta línea de investigación, el presente artículo analiza dos textos de trasfondos distintos: *Das Leben ist eine Karawanserei*,¹ de la autora turco-alemana Emine Sevgi Özdamar, publicado en Alemania en 1992, y *Dilluns ens estimaran / El lunes nos querrán*, de la autora marroquí-catalana Najat El Hachmi, publicada en 2021 en español y catalán simultáneamente. El objetivo de este análisis es averiguar hasta qué punto tienen rasgos en común, para lo que se establecen cinco dimensiones –lingüística, cultural, temática, estética y orientada hacia la recepción– que, combinando los criterios de Blioumi (2002), Chiellino (2001), Sturm-Trigonakis (2007) y Ruiz-Sánchez (2017), determinarán si un texto puede o no ser considerado intercultural. En otro plano, cabe señalar que todo lo que se afirma en el análisis sobre el lector alemán es extrapolable al lector en español.

2. UN MUNDO ENTRELAZADO CON IDENTIDADES HÍBRIDAS

En el complejo mundo contemporáneo, fronteras de todo tipo se van difuminando y categorías establecidas empiezan a erosionarse. Un factor importante en estos procesos de hibridación es el hecho de que los flujos de personas han aumentado considerablemente durante las últimas décadas. Entre 1990 y 2020, el número de migrantes se ha casi duplicado, llegando a 281 millones de personas que viven fuera de

¹ A fin de facilitar la comparación intertextual, en este artículo se empleará la traducción al español *La vida es un caravasar* (Özdamar 1994).

su país de origen (United Nations Population Division, 2019: 5). Los migrantes internacionales suponen cerca del 4 % de la población mundial; en los países más desarrollados, donde residen casi dos tercios de estos, la cifra asciende hasta el 12 % (*ibid.*, 2019: 1) y, si se tienen en cuenta las personas de segunda e incluso tercera generación, este número es más alto aún.

El proceso de globalización no fue precisamente uno de homogeneización, sino uno de deslocalización e hibridación (Bielsa, 2021: 1) que conlleva no pocos conflictos y tensiones. Los cambios de las últimas décadas ponen en entredicho conceptos como el de los estados-nación e incluso el de la cultura. Desde una perspectiva poscolonialista, Bhabha postuló ya a principios de los años noventa del siglo pasado que «el carácter o lugar de la cultura ya no se puede entender como algo homogéneo o cerrado, sino que se requiere un “tercer” [espacio], que se aleja de los polos habituales yo/otro, tercer/primer mundo, etc.»² (Babka y Posselt, 2012: 15). El resultado son cada vez más personas con identidades híbridas –otro término acuñado por Bhabha– que no pertenecen del todo a ninguna de las culturas con las que tienen un vínculo, sino que se encuentran en un espacio intermedio. Cabe señalar con Mecklenburg (2008: 113) que «no todo lo mezclado o combinado es automáticamente híbrido, sino solo aquello que se mantiene de manera contradictoria o violenta como algo heterogéneo, en sí desigual, no integrado».

Aunque el multilingüismo literario no sea un fenómeno exclusivo de nuestros tiempos, sí se puede observar un aumento de obras con estas características a lo largo de las últimas décadas. Pocos medios son tan propicios a reflexionar acerca de las identidades colectivas y cuestionar conceptos establecidos como la literatura (Hofmann y Patrut, 2015: 6), vehículo de expresión ideal para autoras y autores que viven entre culturas y lenguas. Este fenómeno se da en todo el mundo, aunque bajo denominaciones y enfoques distintos, como se verá en los siguientes apartados.

3. ¿QUÉ ES LA LITERATURA INTERCULTURAL?

En Alemania, un país de gran heterogeneidad cultural y lingüística fruto de décadas de inmigración, la literatura intercultural forma parte del panorama literario –en mayor o menor medida– desde los años setenta y, en paralelo, han surgido también ramas académicas como la Germanística intercultural (Rodríguez y Heinsch, 2013: 229). Pero todavía no existe consenso sobre cómo denominar este género, si es que se puede considerar como tal, ni sobre los rasgos que lo definen. En los siguientes apartados se esbozarán algunas propuestas, provenientes del ámbito germano- e hispanoparlante.

3.1. CÓMO DENOMINAR UNA LITERATURA PRODUCIDA POR PERSONAS CON OTRA CULTURA DE ORIGEN

A lo largo del tiempo han surgido muchos términos para referirse a la literatura creada por autores y autoras cuya lengua materna es distinta de su lengua de escritura; además, han ido cambiando a la par que el reconocimiento y la visibilidad de esta literatura. Así, en la Alemania de los años setenta se hablaba de *Gastarbeiterliteratur*,

² Salvo indicación contraria, todas las traducciones de citas en alemán son propias.

literatura de trabajadores invitados, término que se ha dejado de emplear por considerarse despectivo y discriminador. Rosell (2007: 128-129) enumera toda una retahíla de términos que dan «una idea de las reticencias y la dificultad que encierra el intento de encontrar un calificativo único que aluda a los múltiples aspectos que desea evocar». En su afán de ser lo menos restrictivo posible, algunas denominaciones resultan casi demasiado ambiguas, como sucede con las «literaturas sin residencia fija» (*Literaturen ohne festen Wohnsitz*) de Ette (2005), que incluyen también a la literatura de viajes.

En la actualidad, se manejan principalmente dos términos en el ámbito germanoparlante: «literatura intercultural» (*interkulturelle Literatur*) y «literatura transcultural» (*transkulturelle Literatur*). Si bien se refieren al mismo fenómeno, los términos implican interpretaciones distintas. El concepto de «literatura transcultural» fue introducido por Welsch (2000), quien argumenta que interculturalidad sugiere que la cultura sea un sistema cerrado, cuando «los estilos de vida no acaban en los límites de las culturas individuales (las culturales nacionales), sino que las atraviesan» (Falcón Quintana, 2015: 39). Aquí se hablará de literatura intercultural, término establecido por Chiellino (2001), pues es «el único término que deja margen para características estéticas, sin centrarse exclusivamente en aspectos temático-biográficos o políticos, [...], sin ser impreciso [...] o definido ex negativo» (Cerri, 2011: 392).

En España, el fenómeno ha recibido mucho menos atención, por lo que se encuentran menos términos para describirlo. En general, esta literatura se ha discutido bajo las etiquetas «literatura de migrantes», «literatura fronteriza» o, más concretamente, «literatura hispanoaficana» o «literatura marroquí en lengua española» (Codina, 2018: 23), con un claro énfasis en aspectos biográficos y temáticos, o desde una perspectiva más amplia, como «literatura ectópica» (Albaladejo, 2011), que abarca también la literatura de exilio. El término «literatura intercultural» también se emplea (Valero Cuadra, 2010), lo que revalida el uso de este término para describir el fenómeno en cuestión desde una perspectiva supranacional.

3.2. RASGOS Y DIMENSIONES DE LA LITERATURA INTERCULTURAL

Si, en un principio, los aspectos biográficos y temáticos fueron el rasgo primordial para definir esta literatura, su relevancia se ha ido relativizando con el paso del tiempo, y otros aspectos fueron ganando importancia. Dada la manifiesta dificultad de establecer unos criterios para determinar con exactitud qué textos se pueden considerar interculturales, Codina aboga por una «definición elástica» (2018: 21) que, más que por categorías fijas y prescriptivas, se rija por «constelaciones de rasgos [y] conjuntos de prototipos» (*ibid.*, 2018: 45), sin pecar de ser demasiado amplia.

Para comenzar, se esbozarán aquí las propuestas de rasgos elaborados por Chiellino (2001) y Blioumi (2002), pioneros de la investigación de este fenómeno en el ámbito germanoparlante, así como las de Sturm-Trigonakis (2007) y Ruiz-Sánchez (2017). Según Chiellino, los requisitos para que un texto se pueda considerar intercultural son la latencia lingüística, una memoria intercultural y la existencia de un interlocutor intercultural. Con la primera se refiere a la presencia de dos o más lenguas en el texto, la segunda se refleja en la voluntad del autor o autora de plasmar y mezclar las experiencias vitales hechas en diferentes momentos y ámbitos culturales y la tercera implica que el autor o autora se dirija conscientemente a un lector no familiarizado con la cultura de origen. Para Blioumi (2002), es esencial que el texto presente las

diferencias entre culturas o subraye la variabilidad de estas, es decir, que represente un término cultural dinámico, que la hibridez se refleje también en el estilo («hibridez literaria») y que además tenga una perspectiva doble examinando lo propio y lo extraño desde puntos de vista diferentes. En su propuesta para los rasgos de una nueva literatura universal, Sturm-Trigonakis (2007) nombra el multilingüismo, la tematización de fenómenos vinculados a la globalización, así como formas de expresión de regionalismos y localismos, aunque este último criterio permanece algo vago. En última instancia, Ruiz-Sánchez entiende la literatura intercultural como

aquella que comparte como mínimo las siguientes cuatro características: literatura que (1) surge fruto de trayectorias biográficas multilingües, (2) en cuyo momento de creación el autor tiene disponibles dos o más lenguas y memorias histórico-culturales, (3) lenguas que intervienen en dicho momento dialogando entre ellas y (4) configuran así su proyecto estético (*inhaltsstiftende Interkulturalität*).

(Ruiz-Sánchez, 2017: 63)

A pesar de que el hincapié varíe en las diferentes propuestas, los paralelismos entre las definiciones son evidentes.

3.3. LAS DIMENSIONES DE LA LITERATURA INTERCULTURAL

Como punto de partida para agrupar diferentes constelaciones de rasgos servirán las propuestas de Codina y Cerri: la primera observa en la literatura intercultural una fusión de «dimensiones lingüísticas, culturales, temáticas y estéticas» (Codina, 2018: 46), mientras que la segunda constata «aspectos biográfico-temáticos, estético-políticos y orientados hacia la recepción» (Cerri, 2011: 391-392). Unificando, las dimensiones de la literatura intercultural serían cinco: lingüística, cultural, temática, estética y orientada hacia la recepción. Cabe destacar que la biografía no constituye una dimensión propia, sino que se puede reflejar en una o varias de las otras dimensiones, como la lingüística o temática. Por otro lado, las dimensiones no tienen límites claramente marcados, por lo que a veces pueden solaparse: el criterio de que un autor tenga dos o más lenguas y memorias histórico-culturales podría incluirse tanto en la dimensión cultural como en la lingüística. Al hablar de recepción, se hace referencia al lectorado al que van dirigidos los textos, lo que también incluye la intención del autor. Esta dimensión abarcaría también los aspectos políticos que figuran en el modelo de Codina.

Una vez fijadas las dimensiones, los rasgos más concretos de Chiellino, Blioumi, Sturm-Trigonakis y Ruiz-Sánchez se integran en estas. De esta manera, la latencia lingüística, el multilingüismo y las trayectorias biográficas multilingües así como el diálogo entre lenguas pertenecerían a la dimensión lingüística; las memorias histórico-culturales, la memoria intercultural y el término cultural dinámico constituirían la dimensión cultural; la tematización de fenómenos de la globalización y la perspectiva doble estarían incluidos en la dimensión temática; la dimensión estética abarcaría el proyecto estético configurado por las lenguas y memorias histórico-culturales así como la hibridez literaria y, en último lugar, el locutor intercultural y la intención (política) del autor se corresponderían con la dimensión orientada hacia la

recepción. En la tabla 1 se verá, a modo de resumen, la distribución de los rasgos específicos en las cinco dimensiones propuestas:

Tabla 1. Las cinco dimensiones con sus respectivos rasgos

Dimensión lingüística	
Latencia lingüística	Chiellino
Trayectorias biográficas multilingües	Ruiz-Sánchez
Diálogo entre lenguas	Ruiz-Sánchez
Multilingüismo	Sturm-Trigonakis
Dimensión cultural	
Lenguas y memorias histórico-culturales	Ruiz-Sánchez
Memoria intercultural	Chiellino
Término cultural dinámico	Blioumi
Dimensión temática	
Tematización de fenómenos de la globalización	Sturm-Trigonakis
Perspectiva doble	Blioumi
Dimensión estética	
Proyecto estético configurado por lenguas y memorias histórico-culturales	Ruiz-Sánchez
Híbridez literaria	Blioumi
Dimensión orientada hacia la recepción	
Interlocutor intercultural	Chiellino
Intención (política)	Codina

4. ESTADO DE LA LITERATURA INTERCULTURAL EN ÁMBITOS CULTURALES Y LINGÜÍSTICOS DISTINTOS

A fin de poder analizar los paralelismos entre dos textos interculturales escritos en ámbitos culturales y lingüísticos distintos, se esbozará la situación de la literatura intercultural en estos últimos.

4.1. ALEMANIA: DONDE LA LITERATURA INTERCULTURAL HA ECHADO RAÍCES

La literatura intercultural en lengua alemana tiene sus raíces en el «milagro económico» de los años sesenta, cuando Alemania atrajo mano de obra extranjera y firmó, entre 1955 y 1968, acuerdos con países como Italia, España, Turquía o Marruecos. Los llamados «trabajadores invitados» (*Gastarbeiter*) acudieron en masa, en especial los turcos, dada la delicada situación económica y política de su país. La medida estaba pensada como algo temporal pero, aunque a partir de 1973 se fomentó el regreso de los trabajadores, muchos decidieron instalarse en Alemania y traer a sus familias. Desde un principio, estos extranjeros estuvieron durante varias décadas marginados tanto en un sentido político como social.

La experiencia de vivir en un país extraño supuso el nacimiento de la literatura intercultural alemana contemporánea. Las primeras obras de autores extranjeros, auténticas experiencias biográficas de la vida de trabajador invitado, se publicaron a finales de los años setenta y recibieron el nombre de *Gastarbeiterliteratur*, «literatura de trabajadores invitados» (Weinrich, 1984), aunque muy pocos de los autores lo eran verdaderamente, pues a menudo provenían del mundo del teatro y la literatura en su país de origen (Hofmann y Patrut, 2015: 132). Estos primeros textos no recibieron mucha atención ni se consideraron valiosos desde un punto de vista literario, algo que cambió a partir de mediados de los años 80, cuando los autores lucharon por librarse de la etiqueta de «literatura marginal» y su consciencia literaria iba ganando peso. No fue hasta los años 90 que los autores interculturales consiguieron «verdadera independencia literaria y autonomía cultural» (*ibid.*, 2015: 64). En esta década, las mujeres –con Özdamar a la cabeza– ocupaban una posición especial (Ehnert, 2007: 48). Un elemento importante en el reconocimiento de esta literatura fue el premio Adelbert-von-Chamisso, creado en 1985 para «autores destacados que escriban en alemán y cuya obra esté marcada por un cambio cultural» (Robert Bosch Stiftung, s. f.). En 2017, el premio se otorgó por última vez, puesto que «la literatura de autores y autoras de diferentes trasfondos culturales está desde hace tiempo [...] en el centro de la literatura alemana» (Hartmann, 2021: 356). Hoy en día, muchos de las autoras y los autores considerados interculturales han sido distinguidos con los premios literarios alemanes de más prestigio, entre ellos Emine Sevgi Özdamar en 2022 con el premio Georg Büchner, el más importante de Alemania.

Como muestra este breve recorrido por la literatura intercultural alemana y también el debate terminológico, los autores con un trasfondo cultural y una lengua materna distinta del alemán han luchado durante décadas contra la marginalización y el menosprecio. Incluso el premio Adelbert-von-Chamisso, cuyo fin era destacar y dar a conocer a estos autores, contribuyó en cierto modo a una mayor segregación (Zierau, 2009: 28). Muchos de los autores considerados interculturales por la crítica y los académicos, entre ellos Özdamar, rechazan esa etiqueta y se definen a sí mismos como autores alemanes. Terézia Mora, otra autora generalmente considerada intercultural, lo resume tajantemente argumentando que ella es «tan alemana como Kafka» (Mora *et al.*, 2005).

4.2. ESPAÑA: DONDE LA LITERATURA INTERCULTURAL SE ESTÁ ABRIENDO CAMINO

En España, la situación de la literatura intercultural es muy distinta, y eso que hoy en día «la inmigración y la diversidad cultural asociadas a ella son ya un rasgo permanente de nuestro país» (González Enríquez, 2019). Tras un crecimiento intenso de la población de origen inmigrante durante las últimas dos décadas, a finales del año 2022 las personas residentes en España nacidas en el extranjero ya superaban el 15 % de la población (Morales *et al.*, 2022: 11). Si se tienen en cuenta las segundas generaciones, sin registro oficial, el número es seguramente muy similar al de Alemania, por lo que hay «paralelismos y conexiones con la realidad española, no tan ajena ni distinta a la alemana» (Quijada Diez, 2019: 204). No obstante, la literatura escrita por estas personas todavía es relativamente escasa, aunque hay señales de que esta realidad esté cambiando. Hace algo más de diez años, todavía se podía afirmar que la literatura intercultural era «un fenómeno que aún no existe propiamente dicho en

España» (Valero Cuadra, 2010: 309), mientras que en la actualidad «la literatura híbrida se abre camino» (Morla, 2020).

Una de las diferencias principales entre ambos países es que, mientras que en Alemania se puede observar un desarrollo lineal de la literatura intercultural con sucesivas generaciones, la historia de esta literatura en España no es lineal, pues

aunque, ya en los años 1990, existían algunos autores aislados cuyas obras se alimentaban de la experiencia de la migración o el colonialismo, a partir de ese momento [...] se empiezan a oír voces de distintas procedencias cuyas narrativas [...] se cruzan, formando vínculos temáticos entre sí y con textos de otras literaturas transculturales, sin que de ello se pueda deducir una estructura lineal o sistemática.

(Codina, 2018: 63)

Es de suponer que dos factores juegan un papel clave en el diferente desarrollo en ambos países. El primero es el aspecto temporal de la migración: Cuando a principios de los años 60 Alemania recibía olas de trabajadores extranjeros, en España sucedía todo lo contrario, pues muchas personas emigraron, no pocos de ellos hacia Alemania. España no empezó a recibir cantidades significativas de extranjeros hasta los años noventa. Un lapso de tres décadas es un tiempo importante; recordemos que en Alemania fue precisamente en los años noventa, treinta años después de sus inicios, que la literatura intercultural comenzó a ganar visibilidad y reconocimiento. El segundo factor es lingüístico, pues una cuarta parte de la población migrante que reside en España proviene de países hispanoamericanos (Instituto Nacional de Estadística, 2022), por lo que la barrera lingüística no es comparable con, por ejemplo, un turco que emigra a Alemania.

En los últimos años, la literatura intercultural escrita en lengua española está ganando algo de visibilidad y autores con raíces chinas, marroquíes o ucranianas «luchan por hacerse oír y ampliar los márgenes de lo que significa ser un escritor español» (Morla, 2020). Muestra de ello es el reconocimiento de autoras como Najat El Hachmi, cuya producción literaria «és la més destacada del col·lectiu d'autors cada cop més ampli que, provinents d'una altra cultura, escriuen la seva obra en llengua catalana» (Rubio Larramona, 2017: 375).

5. DOS EJEMPLOS DE ÁMBITOS LINGÜÍSTICOS DISTINTOS: *DAS LEBEN IST EINE KARAWANSEREI* Y *EL LUNES NOS QUERRÁN*

A fin de determinar si se pueden encontrar rasgos comunes entre las obras de un país y otro, se analizan dos textos a la luz de las dimensiones esbozadas en el apartado 2.3. Nótese en este contexto que, más que hablar de autoras y autores interculturales, se analiza el carácter intercultural de textos concretos. Esta distinción es importante, dado que el estilo, la temática y la presencia de varias lenguas de un autor pueden variar con el paso del tiempo, por lo que no todas sus obras son necesariamente interculturales.

El primer texto es la novela *Das Leben ist eine Karawanserei, hat zwei Türen, aus einer kam ich rein, aus der anderen ging ich raus* de la autora turco-alemana Emine Sevgi Özdamar, publicada en 1992; el segundo texto es la novela *El lunes nos querrán* /

Dilluns ens estimaran de Najat El Hachmi, publicada en 2021 simultáneamente en castellano y catalán.

5.1. *DAS LEBEN IST EINE KARAWANSEREI*, DE EMINE SEVGI ÖZDAMAR

Emine Sevgi Özdamar nació en 1946 en la ciudad anatolia de Malatya y se crio entre Estambul y Bursa. A la edad de 19 años y sin conocimientos de alemán pasó un año como «trabajadora invitada» en Berlín occidental, tras el cual regresó a su país natal para estudiar Arte Dramático. No obstante, debido al golpe militar del año 1971, sus perspectivas laborales y personales empeoraron y en 1976 decidió emigrar definitivamente a Alemania. Consiguió continuar su carrera teatral en este país colaborando con directores de renombre como Benno Besson y Matthias Langhoff y a lo largo de los años ha desarrollado una carrera sólida en el mundo del teatro, ya sea como directora, escritora o actriz.

A la publicación de su primera obra de teatro en 1982 siguieron, principalmente en la década de los 90, más obras de teatro, varios relatos breves y tres novelas (entre ellas *Karawanserei*). Tras casi dos décadas sin publicar, en 2022 vio la luz su cuarta novela, *Ein von Schatten begrenzter Raum*, por la que recibió el premio Georg Büchner. En su reconocimiento, la Academia Alemana de la Lengua retrata a Özdamar como «una autora extraordinaria, a la que la lengua y literatura deben nuevos horizontes y temáticas, así como un sonido altamente poético» (Blattmann, 2022). Hoy en día, Özdamar está establecida y reconocida tanto en el campo literario alemán como en el internacional (Dayıoğlu-Yücel, 2016).

Das Leben ist eine Karawanserei es la primera novela de Özdamar. La obra no solo supuso un punto de inflexión para la carrera de la autora, sino también para la literatura intercultural en lengua alemana en general, ya que por primera vez se galardonó –con el premio Ingeborg Bachmann– a una autora cuya lengua materna no era la alemana. En la novela describe la infancia y juventud de la protagonista en Turquía y esta se caracteriza especialmente por la presencia de la lengua turca en el texto. En una reseña para *El Mundo*, Juan Goytisolo elogió la «imaginación extraordinaria [y] avasalladora inventiva lingüística, que mezcla el verbo poético con la expresión cruda, la ironía con la ternura» (Goytisolo, 1994).

5.2. *EL LUNES NOS QUERRÁN*, DE NAJAT EL HACHMI

Por su parte, Najat El Hachmi es «one of the best-known examples of what can be labeled generally as Spanish-Moroccan literature» (Codina, 2017: 116) y «una de las voces más originales de la literatura catalana contemporánea» (Muñoz Carrobes, 2015: 40). Nacida en 1979 en la región marroquí de Nador, llegó a la ciudad catalana de Vic a la edad de ocho años. Su lengua materna es el amazigh, una lengua oral; en la escuela aprendió catalán, lengua que considera propia, no extranjera, y que fue su lengua de escritura durante mucho tiempo; el castellano lo aprendió más tarde.

En 2004 publicó su primera obra, *Jo també sóc catalana*, un ensayo autobiográfico que le valió la atención de la crítica y el público por dar visibilidad a personajes y temáticas que, hasta ese momento, no tenían cabida en la literatura catalana ni española. Su segunda obra y primera novela, *L'últim patriarca* (2008) la afianzó como escritora, pues le valió el Premi Ramón Llull de las letras catalanas del año 2017 y se convirtió en un éxito de ventas (Rubio Larramona, 2017: 376). Tras dos novelas y

varios ensayos, en 2021 publicó *El lunes nos querrán / Dilluns ens estimaran*, que narra la historia de dos jóvenes amigas marroquíes en una pequeña ciudad catalana. La novela, que recibió el premio Nadal de ese año, es la primera de la autora escrita (también) en castellano: mientras las obras anteriores se publicaron en catalán, *El lunes nos querrán* se creó «en un proceso interesante e intenso en el que ambos manuscritos [el castellano y el catalán] se nutrieron mutuamente», como explica la autora (citada en Oliva, 2021: 2).

Hoy en día, El Hachmi «ha consolidat la seva presència literària, com ho prova el fet d’haver estat guardonada amb alguns dels premis més significatius de la literatura catalana, d’haver-se traduït a més de deu llengües i d’haver captat l’atenció de la crítica literària [...] i del públic lector» (Rubio Larramona, 2017: 375). En su papel de escritora pionera de literatura intercultural, se asemeja, pues, a Emine Sevgi Özdamar, aunque con varios años de diferencia entre las respectivas primeras publicaciones de ambas. De la misma manera resulta clave que ambas se han consolidado en el ámbito literario de su país de acogida y que siguen escribiendo en la actualidad.

6. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE AMBAS OBRAS

En este apartado se analizarán los paralelismos y las diferencias entre ambos textos respecto a las cinco dimensiones elaboradas en el apartado 2.3.

6.1. LA DIMENSIÓN LINGÜÍSTICA

Tanto Özdamar como El Hachmi tienen trayectorias biográficas multilingües: la primera habla turco, alemán y francés, la segunda amazigh, catalán y castellano. No obstante, eso no significa que los idiomas estén visibles en los textos o, en palabras de Ruiz-Sánchez (2017), que intervengan y dialoguen.

En el caso de *Karawanserei* basta con abrir cualquier página del libro para afirmar que sí: el texto está repleto de palabras, canciones y expresiones en turco. De hecho, Brunner (2003: 123) considera que los textos de Özdamar son una «cantera de multilingüismo literario». La tabla 2 da una idea del multilingüismo en la obra de Özdamar.³

Tabla 2. Expresiones y palabras en turco

¡Çocuklar! ¡Niños, no entréis!	81
Mi madre decía: «Deli misin, deli misin» (estás loca).	109
El arcoiris se llama gökkuşağı. Gök es el cielo, kuşak es el cinturón = cinturón del cielo.	134
Mi madre me decía a menudo, cuando hablaba demasiado: «No me folles los oídos» (Kulağımı sikme).	167

³ Dado que en la traducción publicada al español (Özdamar, 1994) se mantiene la estrategia de la autora en alemán (es decir, las expresiones en turco –con o sin traducción o explicación en alemán– siguen figurando en turco, con o sin explicación, y las expresiones traducidas literalmente del turco al alemán se retraducen, también de manera literal, al español), no se incluye el fragmento original. La columna derecha indica el número de página de la traducción publicada.

Más allá de eso, la lengua materna de la autora también se entrelaza de manera más sutil –aunque no menos significativa– cuando la autora traduce metáforas o expresiones fraseológicas de manera literal del turco al alemán. A pesar de tener apariencia de texto alemán, en el fondo subyace una imagen turca, por lo que la expresión resulta extraña y poética. Las dos lenguas no solo coexisten, sino que interactúan; Özdamar juega con el turco y el alemán para causar diferentes efectos en el lector.

Tabla 3. Expresiones traducidas del turco al alemán

«Chica, te han tirado el zapato al tejado.» Eso quería decir que mi madre había tenido otra hija.	132
Eh, chico, vete a la última calleja del Infierno, este café no tiene espuma.	145
El trabajo de tu padre va [camina] hacia atrás.	265

El Hachmi también es multilingüe, por lo que se podría esperar que sus textos también lo sean. No obstante, en esta novela y a diferencia de otros textos suyos, el amazigh solo juega un papel marginal y aparece principalmente en forma de referentes culturales.⁴

Tabla 4. Rastros de amazigh en la novela *El lunes nos querrán*

A ese tipo de imágenes se les aplicaba una palabra que describía lo que no había que hacer: <i>haram</i> . Todo lo <i>haram</i> nos llevaría directamente al infierno.	64
Cuando mi madre me vio empezó a repetir esa frase tan larga que se dice para ahuyentar al demonio, la de <i>a'udu billahi mina chaitan arrayim</i> .	89
También apareció la de mi madre preparando <i>remsemmen</i> en la cocina.	111
Por eso, en vez de abuela, a tu madre la llamaba <i>iimma</i> y a ti por tu nombre.	202

6.2. LA DIMENSIÓN CULTURAL

La novela de Özdamar está ubicada en Turquía y la lengua y cultura alemana apenas aparecen. Sin embargo, la novela está claramente dirigida a un público alemán no familiarizado con la cultura turca (aunque no solo, como se verá en el apartado 6.5), al que la autora confronta con una realidad diferente, en concreto, con una infancia turca en una época distinta de la actual. A través del idioma, principalmente refranes y metáforas turcas, la autora presenta una cosmovisión turca y sumerge al lector en ese mundo. Además, llama la atención que algunos de los refranes turcos apelan a realidades universales, gracias a las cuales el lector puede en cierto modo reconocerse en estos.

⁴ Tras comparar la versión castellana y la catalana y no constatar ninguna diferencia respecto al uso del amazigh, se ha optado por citar solo fragmentos del texto en castellano con su respectivo número de página.

Tabla 5. Expresiones fraseológicas turcas traducidas al alemán

Quien no pega a su hija se pega luego a sí mismo en la rodilla.	78
Mustafa dijo que [...] nuestro kismet tenía nudos.	92
El dinero de los ricos solo fatiga la lengua de los pobres.	73

También en *El lunes nos querrán* se acerca al lector a una realidad cultural desconocida, aunque en este caso no se trata de un país lejano, sino de una realidad cercana, pero desde un punto de vista desconocido. El Hachmi presenta en su novela a dos chicas de origen marroquí que viven en las afueras de una pequeña ciudad catalana. El escenario es familiar para el lector, pero el punto de vista adoptado en el texto es radicalmente nuevo, y más porque, hasta el momento, apenas tenía visibilidad en la literatura española o catalana. Además, subraya la posición de la protagonista *entre* las dos culturas –la de origen y la de acogida– y relata cómo su relación con estas va cambiando, desde una aceptación o sumisión casi total al principio del texto hasta un rechazo frontal de muchos aspectos hacia el final.

Tabla 6. Ejemplos de la dimensión cultural en *El lunes nos querrán*

[...] un cuerpo que mi madre me prohibía que modificara de ningún modo. Solo me dejaba cortarme las puntas cuando era el mes de Aichura, y no podía llevar flequillo ni depilarme las cejas.	54
Pero entonces tuve que acostumbrarme a ser yo misma cuando estaba en la ciudad para luego volverme invisible para regresar a casa, para visitar a mi madre.	189
Al subir al tren saqué el pañuelo que llevaba en el bolso. Lo arrojé a las vías y nunca más volví a cubrirme.	246

6.3. LA DIMENSIÓN TEMÁTICA

La temática de *Karawanserei* se centra en una infancia y juventud en Turquía, por lo que la lengua y cultura alemana no aparecen hasta las últimas páginas, cuando la protagonista decide emigrar a este país. Así, no se puede hablar realmente de una perspectiva doble (Blioumi, 2002), pues, aunque lo extraño (lo turco) se acerca al lector alemán, falta el punto de vista opuesto. No obstante, en la tabla 5 se recogen dos de los escasos ejemplos en los que sí se presenta la perspectiva de los turcos hacia los alemanes.

Tabla 7. Ejemplos de perspectiva doble en *Karawanserei*

Conocí en Estambul a la primera alemana: Helga. Helga quería ir al museo Topkapı, yo subí con ella [...] y Helga dijo: «Thank you, thank you», y me dio como regalo su billete de avión utilizado.	397
Una de esas estudiantes universitarias leía el Manual para el trabajador que va a trabajar en el extranjero: «[...] Por favor, queridos trabajadores extranjeros, no debéis poneros de pie en [los retretes], sino sentaros encima sin falta. Para la limpieza no se utiliza agua, hojas, tierra o piedras sino un papel de retrete muy fino.»	404

Sin embargo, en *El lunes nos querrán*, la experiencia de ser mujer inmigrante está en el corazón de la novela y constituye su hilo conductor. Así, se tematizan por ejemplo la cuestión de la procedencia (ejemplo 2), el idioma (ejemplo 3) y la discriminación, en este caso laboral (4). Además, la protagonista adopta ambas perspectivas y examina tanto los puntos de vista de los migrantes, principalmente a través de su familia y sus vecinos, como la de los catalanes o, más general, los ideales occidentales transmitidos en revistas, televisión etcétera (ejemplos 1 y 3).

Tabla 8. Ejemplos de perspectiva doble en *El lunes nos querrán*

A unos les gustábamos con la piel oscura, los otros nos preferían blancas. Unos querían que nos alejáramos del exceso corporal de nuestras madres, otros que fuéramos tan gordas como pudiéramos. La cuestión era ser como era debido, no como éramos.	13
Por eso, cuando a mí me hablaban de mi origen, no sabía muy bien a qué se referían. Para mí el origen era ese barrio de pisos pequeños [...].	59
También hubo un chico que me acorraló en el pasillo diciéndome que yo no merecía ganar, que él también se había presentado al premio y que era imposible que yo pudiera dominar su lengua –dijo «mi» lengua– mejor que él. [...] Pero no te creas que por eso ya eres de aquí, tú siempre serás una extranjera. [...] También los moros pensaban cosas parecidas. Mi padre me alertaba del peligro de crearme una de «ellos», incluso si te tratan bien siempre van a considerar que eres de fuera.	149
Que para encontrar trabajo tenía que disimular todo lo que me hiciera parecer extranjera. Acento no tenía, cuando llamaba por teléfono nadie se daba cuenta de mi procedencia. Hasta que decía el nombre. Una vez llegué a mentir. Dije que me llamaba Ana. Todo habría sido más fácil si me hubiera llamado Ana.	177

6.4. DIMENSIÓN ESTÉTICA

Para Blioumi es esencial que un texto intercultural presente también hibridez literaria, es decir, que se mezclen diferentes estilos, voces o lenguas. Como ya se ha visto en el apartado 6.1, esa hibridez (entendida como procedimiento literario y artístico [Mecklenburg 2008: 117]) es muy visible en *Karawanserei* y se puede considerar un rasgo característico de Özdamar. Weber (2009: 229) describe sus textos como una suerte de palimpsesto y von Flotow (2000: 65) habla de un texto hermafrodita (*Zwittertext*). Aparte de los ejemplos de las tablas 2, 3 y 5 destacan también los relatos y cuentos turcos, que se introducen con su habitual expresión inicial (ejemplo 1). Por otro lado, Özdamar adopta en ocasiones la forma de hablar de los turcos alemanes (a la que von Flotow [2000: 68] se refiere con «"broken" German»), lo que representa otra vertiente de la hibridez literaria. En la versión castellana no se reflejan esos errores, por lo que los ejemplos 2 y 3 son una traducción literal del alemán y se incluye excepcionalmente la cita original.

Tabla 9. Ejemplos de hibridez literaria en *Karawanserei*

Había una vez, no había una vez, cuando el pasado vivía en el tiempo, [...] vivían en una aldea de Capadocia un hombre viejo y su joven mujer.	222
Eléctrica viene, eléctrica va. Maşallah, eléctrica nos ha olvidado. ⁵	
Abuela me vio llegar a casa en mi miedo. ⁶	

A pesar de que El Hachmi afirma que «la tradición oral de [su] país de origen» siempre subyace en sus textos (citada en Joan Rodríguez, 2020: 59), esta apenas deja huella en *El lunes nos querrán*. Sí hay rastros de su lengua materna, pero se trata más bien de un «liberal sprinkling of other languages to a dominant language» (Grutman 2006: 19); la lengua materna ni dialoga con la lengua de escritura ni influye en el estilo, por lo que no se puede hablar de hibridez literaria propiamente dicha.

6.5. DIMENSIÓN ORIENTADA HACIA LA RECEPCIÓN

Respecto a la recepción de un texto, Chiellino destaca que el autor se dirige conscientemente a un lector no familiarizado con la cultura de origen, algo que se puede afirmar en ambos textos, aunque es necesario matizar esta afirmación.

A pesar de que la novela se dirige a un lector alemán, Özdamar crea mediante la traducción literal de expresiones turcas una segunda capa de significados. Wright lo explica así:

The text's very literal translations can only help de monolingual reader towards a basic understanding of what is happening [...], but only the bilingual reader is able to fully appreciate the cultural context of the narrative. The German reader is deliberately excluded, but may be unaware of his or her exclusion, deceived by the presence of German gloss.

(Wright, 2010: 32)

En este recurso se refleja también la intención política de la autora, ya que invierte las posiciones de poder. Los turco-alemanes, que en Alemania son minoría y suelen estar marginalizados, son los que pueden interpretar todos los matices del texto, mientras que el lector alemán monolingüe, habitualmente en una posición de mayoría y de superioridad, recibe la información justa para seguir la trama. Von Flotow observa que «by writing in Turkish-German she represents the minority group, but by setting her work in the country of origin she moves this group into a majority position» y concluye que «the text is both a politically immediate act and a playful attenuation of the act» (2000: 67).

También respecto a *El lunes nos querrán* se puede observar que El Hachmi se dirige a dos públicos: por un lado, pretende que los lectores españoles y catalanes cobren conciencia de la compleja realidad de los inmigrantes, pero por el otro lado también se dirige a mujeres con una experiencia vital como la suya, a fin de animarlas a rebelarse, como hizo la autora, contra los extremismos de la sociedad patriarcal

⁵ «Elektrik kommt, Elektrik geht. Maşallah, Elektrik hat uns vergessen» (Özdamar, 1992: 109).

⁶ «Großmutter sah mich in meiner Angst nach Hause kommen» (Özdamar, 1992: 389).

originaria. El Hachmi (2024) explicó que de adolescente había sido muy duro para ella no encontrar su realidad de inmigrante y mujer reflejada en ningún libro, pues se sentía sola con sus luchas relacionadas con su identidad y su lugar en el mundo. A través de sus textos no solo enmienda esa falta de visibilidad dando voz a mujeres como ella, sino que las llama a seguir su ejemplo, empoderarse y liberarse de la opresión de su cultura de origen.

7. CONCLUSIONES

Tras analizar los dos textos respecto a las cinco dimensiones propuestas, ha quedado patente el carácter intercultural de ambas, pues, como señala Codina (2018: 47), aunque una definición prototípica de la literatura intercultural abarcaría *todas* las dimensiones, un texto que solo presente algunas de las cinco dimensiones no sería una excepción, sino que seguiría siendo intercultural con matices.

Los dos textos analizados cumplen plenamente con los rasgos de la dimensión cultural, puesto que las autoras no solo tienen «dos o más lenguas y memorias histórico-culturales» (Ruiz-Sánchez, 2017: 63), sino también la «voluntad de plasmar y mezclar las experiencias vitales hechas en diferentes momentos y ámbitos culturales» (Chiellino, 2001: 61), aunque lo hacen de maneras distintas. También desde el punto de vista de la recepción se confirma la interculturalidad de los dos textos, puesto que ambas autoras escriben con clara intención política para un lector no familiarizado con la cultura de origen; a la vez, también se dirigen a lectores de su mismo trasfondo cultural, empoderándolo de una manera u otra. Respecto a la dimensión cultural, se observa que las trayectorias interculturales de las autoras se plasman en diferente grado en su estilo: mientras que la hibridez literaria es muy llamativa en la novela de Özdamar (principalmente gracias a la presencia del turco y la traducción literal de expresiones turcas), en la de El Hachmi se pueden encontrar rastros de su lengua materna, pero estos no «configuran el proyecto estético» de la autora (Ruiz-Sánchez, 2017: 63).

Las diferencias más notables se constatan respecto a la dimensión lingüística y temática. Mientras que en *Das Leben ist eine Karawanserei* el multilingüismo es un recurso clave y omnipresente de la autora, la lengua materna de El Hachmi juega un papel casi anecdótico en *El lunes nos querrán*, mostrándose solo en algunas palabras y expresiones aisladas. En cuanto a la dimensión temática, los fenómenos de la globalización –la experiencia de la migración– son el hilo conductor de la novela de El Hachmi. En cambio, estos apenas figuran en el texto de Özdamar, que se desarrolla enteramente en el país de origen de la autora. Resumiendo, se pueden encontrar llamativos paralelismos respecto a la dimensión cultural, la orientada hacia la recepción y, con matices, la estética. Sin embargo, se diferencian considerablemente en la presencia del multilingüismo y en el enfoque temático. Mientras Özdamar expresa su interculturalidad primordialmente a través del lenguaje, El Hachmi la refleja esencialmente a través de la temática.

Cabe recordar que los contextos culturales, lingüísticos e históricos de la producción de ambas novelas difieren bastante: mientras que el texto alemán de Özdamar fue escrito hace treinta años, el texto catalán y español de El Hachmi es mucho más reciente; no obstante, ambas pueden ser consideradas pioneras de la literatura intercultural en su país de acogida. Por otro lado, se pueden constatar algunas diferencias entre los dos países, particularmente en lo que se refiere a la situación de la

literatura intercultural. A la luz de estas diferencias de contexto, el hecho de que predominen los paralelismos entre las dos obras es notable y confirma que la literatura intercultural –definida de manera elástica, como sugiere Codina– es, efectivamente, un fenómeno con rasgos comunes que supera las fronteras nacionales y lingüísticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albaladejo, Tomás (2011). Sobre la literatura ectópica. En Adrian Bieniec, Szyllvia Lengl, Sandrine Okou, Natalia Shchyhlevska (Eds.), *Rem tene, verba sequentur! Gelebte Interkulturalität. Festschrift zum 65. Geburtstag des Wissenschaftlers und Dichters Camine / Gino Chiellino* (pp. 141-135). Thelem.
- Babka, Anna y Gerald Posselt (2012). Vorwort. En Homi K. Bhabha (Ed.), *Über kulturelle Hybridität. Tradition und Übersetzung* (pp. 7-16). Turia + Kant.
- Bielsa, Esperança (2021). Introduction: the intersection between translation and globalization. En Esperança Bielsa y Dionysios Kapsakis (Eds.), *The Routledge Handbook of Translation and Globalization* (pp. 1-10). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003121848>
- Blattmann, Corinna (9 de agosto de 2022). *Büchner-Preis 2022 an Emine Sevgi Özdamar*. Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung. <https://www.deutscheakademie.de/de/akademie/presse/2022-08-09/buechner-preis-2022-an-emine-sevgi-oezdamar>.
- Blioumi, Aglaia (2002). Interkulturalität und Literatur. Interkulturelle Elemente in Sten Nadolnys Roman “Selim oder die Gabe der Rede”. En Aglaia Blioumi (Ed.), *Migration und Interkulturalität in neueren literarischen Texten* (pp. 28-41). Iudicium.
- Brunner, Maria E. (2003). Literarische Mehrsprachigkeit und Transkulturalität. Der Dialog zwischen den Kulturen und das Echo von Mimikry und sprachlicher Hybridität im Werk deutsch-türkischer Autorinnen. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 2, 115-128. <https://doi.org/10.52034/lanstts.v2i.80>
- Cerri, Chiara (2011). Mut zur interkulturellen Literatur im DaF-Unterricht. *Informationen Deutsch als Fremdsprache*, 4, 38, 391-413. <https://doi.org/10.1515/infodaf-2011-0402>
- Chiellino, Carmine (2001). *Liebe und Interkulturalität*. Stauffenburg-Verlag.
- Codina Solà, Núria (2017). The Work of Najat El Hachmi in the Context of Spanish-Moroccan Literature. *Research in African Literatures*, 48, 3, 116-130. <https://doi.org/10.2979/reseafri.48.3.11>
- Codina Solà, Núria (2018). *Verflochtene Welten: Transkulturalität in den Werken von Najat El Hachmi, Pius Alibek, Emine Sevgi Özdamar und Feridun Zaimoglu*. Königshausen & Neumann.
- Dayıoğlu-Yücel, Yasemin (2016). “Una auténtica bomba literaria”-Schriftstellerkollegen über Emine Sevgi Özdamar. *TEXT+KRITIK. Zeitschrift für Literatur*, 211, 70-78.
- Ehnert, Rolf (2007). Literatur der Migration ist deutsche, ist Weltliteratur. En Daniel Grabis y Eva Kastenhuber (Eds.), *In mehreren Sprachen leben. Literaturwissenschaftliche, sprachdidaktische und sprachwissenschaftliche Aspekte der Mehrsprachigkeit* (pp. 43-58). Universität Trier.
- El Hachmi, Najat (2021a). *El lunes nos querrán*. Ediciones Destino.

- El Hachmi, Najat (2021b). *Dilluns ens estimaran*. Edicions 62.
- El Hachmi, Najat (19 de abril de 2024). *Entre llengües*. II Congreso Internacional Traducción y Sostenibilidad Cultural, Salamanca, España.
- Ette, Ottmar (2005). *ZwischenWeltenSchreiben. Literaturen ohne festen Wohnsitz. ÜberLebenswissen 2*. Kulturverlag Kadmos.
- Falcón Quintana, María (2015). *Aspectos interculturales en la obra del autor alemán de origen kurdo-iraquí Sherko Fatah* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/entities/publication/10e22049-4594-4887-ad62-232cfe62d460>
- Flotow, Luise von (2000). Life Is a Caravanserai : Translating Translated Marginality, a Turkish-German Zwittertext in English. *Meta. Translators' Journal* 45, 1, 65-72. <https://doi.org/10.7202/004578ar>
- González Enríquez, Carmen (5 de marzo de 2019). Inmigración en España: una nueva fase de llegadas. Real Instituto Elcano. <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/inmigracion-en-espana-una-nueva-fase-de-llegadas/>.
- Goytisolo, Juan (22 de octubre de 1994). La novela itinerante de Emine Sevgi. *El Mundo*.
- Grutman, Rainier. 2006. «Refraction and Recognition. Literary Multilingualism in Translation» *Target*, 18, 1, 17-47. <https://doi.org/10.1075/target.18.1.03gru>
- Hartmann, Tina (2021). Deutsch als Literaturheimat: Warum Literatur multilingualer Autorinnen und Autoren einfach deutsche Literatur ist. En Daniel Syrov (Ed.), *Discourses on Nations and Identities* (pp. 355-70). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110642018-027>
- Hofmann, Michael, y Iulia-Karin Patrut (2015). *Einführung in die interkulturelle Literatur. Einführungen Germanistik*. Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Instituto Nacional de Estadística. Estadística del Padrón Continuo. (1 de enero de 2022). *Población extranjera por comunidades y provincias, nacionalidad y sexo*. https://ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p04/provi/10/&file=0ccaa002.px#_tabs-tabla.
- Joan Rodríguez, Meritxell (2020). Transitando el Mediterráneo: etiquetas literarias y subjetividades híbridas en la tríada migratoria de Najat El Hachmi. *Transmodernity: Journal of Peripheral Cultural Production of the Luso-Hispanic World*, 9, 4, 45-67. <https://doi.org/10.5070/T494048548>
- Mecklenburg, Norbert (2008). *Das Mädchen aus der Fremde. Germanistik als interkulturelle Literaturwissenschaft*. Iudicium.
- Mora, Terézia, Imran Ayata, Wladimir Kaminer y Navid Kermani (2005). Ich bin ein Teil der deutschen Literatur, so deutsch wie Kafka. *Cicero*. <https://www.cicero.de/kultur/ich-bin-ein-teil-der-deutschen-literatur-so-deutsch-wie-kafka/45292>
- Morales, Laura, Mónica Mendez-Lago, Santiago Pérez-Nievas, Irene Palacios, Carles Pamies e Irene Sánchez-Vitores (2022). *Las encuestas a población migrante en España 2000-2021*. Subdirección General de Análisis Migratorio, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. https://www.inclusion.gob.es/documents/2178369/2280846/Publicacion2023_Encuestas_poblacion_migrante_2000_2021.pdf/5a19411d-531c-8e28-a48f-372c6f136218?version=1.0&t=1676920158339&download=false

- Morla, Jorge (1 de febrero de 2020). La literatura híbrida se abre camino. *El País*. https://elpais.com/cultura/2020/01/28/babelia/1580223553_062070.html.
- Muñoz Carrobles, Diego (2015). Najat El Hachmi, marroquí y catalana. *Revista Quimera*, 384, 40-43.
- Oliva, José (6 de enero de 2021). Najat El Hachmi gana el Premio Nadal. *EFE News Service*. <https://www.proquest.com/wire-feeds/najat-el-hachmi-gana-premio-nadal/docview/2475517916/se-2?accountid=15297>
- Özdamar, Emine Sevgi (1992). *Das Leben ist eine Karawanserei hat zwei Türen aus einer kam ich rein aus der anderen ging ich raus*. Kiepenheuer & Witsch.
- Özdamar, Emine Sevgi (1994). *La vida es un caravasar*. Traducción de Miguel Sáenz. Alfaguara.
- Quijada Diez, Carmen (2019). La literatura de migración en lengua alemana traducida al español (1950-2018). *Trans. Revista de traductología*, 23, 199-219. <https://doi.org/10.24310/TRANS.2019.v0i23>
- Robert Bosch Stiftung (s. f.). *Adelbert-von-Chamisso-Preis der Robert Bosch Stiftung*. <https://www.bosch-stiftung.de/de/projekt/adelbert-von-chamisso-preis-der-robert-bosch-stiftung>.
- Rodríguez Pérez, Nieves y Barbara Heinsch (2013). Interculturalidad: ¿Quo vadis? Desde la aparición de la Interkulturelle Germanistik hasta la normativa europea vigente con especial énfasis en el contexto español. *Futhark*, 8, 223-41. <https://doi.org/10.12795/futhark.2013.i08.13>
- Rossell, Anna (2007). Manifestaciones poéticas de la identidad en la literatura de autores neoalemanes: ¿a qué llamamos literatura intercultural? *Revista de Filología Alemana*, 15, 127-37. <https://revistas.ucm.es/index.php/RFAL/article/view/RFAL0707110127A>
- Rubio Larramona, Carme (2017). Najat El Hachmi, alguns temes singulars de la seva escriptura. *AUSA*, XXVIII, 180, 375-390. <https://raco.cat/index.php/Ausa/article/view/342310>
- Ruiz-Sánchez, Ana (2017). Literatura y multilingüismo: análisis de la lengua vivida (erlebte Sprache). *Revista de Filología Alemana*, 25, 59-76. <https://doi.org/10.5209/RFAL.56367>
- Sturm-Trigonakis, Elke (2007). *Global playing in der Literatur. Ein Versuch über die Neue Weltliteratur*. Königshausen & Neumann.
- United Nations Population Division (2019). *International Migration 2019. Highlights*. <https://digitallibrary.un.org/record/3908042?v=pdf>
- Valero Cuadra, Pino (2010). Las traducciones al español de literatura intercultural alemana. *Cuadernos de Filología Alemana*, III, 301-309. <https://revistas.ucm.es/index.php/RFAL/article/view/36606>
- Weber, Angelika (2009). *Im Spiegel der Migrationen. Transkulturelles Erzählen und Sprachpolitik bei Emine Sevgi Özdamar*. transcript Verlag.
- Weinrich, Harald (1985). Gastarbeiterliteratur in der Bundesrepublik Deutschland. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, XIV, 56, 12-22.
- Welsch, Wolfgang. (2000). Transkulturalität. Zwischen Globalisierung und Partikularisierung. En Alois Wierlacher, Dietrich Eggers, Konrad Ehlich, Ulrich Engel, Andreas Kelletat, Michael Krumm y Willy Michel (Eds.), *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache* (pp. 327-351). Iudicium.

- Wright, Chantal (2010). Exophony and literary translation. What it means for the translator when a writer adopts a new language. *Target*, 22, 1, 22-39. <https://doi.org/10.1075/target.22.1.03wri>
- Zierau, Cornelia (2009). *Wenn Wörter auf Wanderschaft gehen ... Aspekte kultureller, nationaler und geschlechtsspezifischer Differenzen in deutschsprachiger Migrationsliteratur*. Stauffenburg.



Anglicismos en los movimientos ecologistas digitales actuales de España

Anglicisms in current digital environmental movements in Spain

DAVID GIMÉNEZ FOLQUÉS

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

<https://orcid.org/0000-0002-9059-5591>

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-03-22

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2024-12-20

RESUMEN: En las últimas décadas, los movimientos ecologistas en España han experimentado un aumento en sus seguidores, principalmente en Internet. En este entorno y ante la apertura comunicativa y digital que vivimos, los anglicismos han inundado sus páginas de nuevas voces que, poco a poco, han ido popularizándose en la sociedad. De este modo, en la presente investigación recogeremos un glosario propio de anglicismos de temática ecologista extraído de las páginas web de las principales organizaciones e *influencers* de este ámbito. A continuación, mediante el empleo de la herramienta Ant.Conc (versión 4.2.4.), seleccionaremos aquellas voces más extendidas en frecuencia de uso, las clasificaremos y, finalmente, analizaremos su tipología. En los resultados, ofreceremos las temáticas predominantes en la aportación de anglicismos a este ámbito y reflexionaremos sobre la ortografía que han empleado sus autores en los textos trabajados, el uso de extranjerismos originales o adaptaciones y los posibles equivalentes existentes en español.

Palabras clave: anglicismos, ecología digital, lexicología, movimiento ecologista.

ABSTRACT: In recent decades, ecological movements in Spain have had an increase in their followers, mainly on the Internet. In this context and given the communicative and digital openness of recent years, Anglicisms have been increasing until they have become popular in the rest of society. In this way, in this research we will collect our own lexical glossary of ecological-themed Anglicisms extracted from the websites of the main organizations and influencers in this field. Next, by using the Ant.Conc tool (version 3.4.4.), we will select those voices that are most widespread in frequency of use, we will classify them and analyze their typology. In the results, we will offer the predominant

themes in the contribution of Anglicisms to this area and we will reflect on the writing that their authors have used in the analyzed texts.

Key words: Anglicisms, digital ecology, lexicology, environmental movement.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, encontramos en España un mayor número de seguidores con respecto a los movimientos sociales ecologistas, debido, principalmente, a una mayor concienciación con respecto al bienestar de nuestro planeta entre gran parte de la población, sobre todo en las nuevas generaciones.

El ámbito de la ecología, asimismo, no es ajeno a la apertura comunicativa y digital que estamos experimentando en los últimos años, con lo cual, los canales de comunicación en Internet con este contenido también han experimentado un considerable aumento. En este marco, aparece la lengua inglesa como idioma de comunicación por excelencia. Por un lado, muchas organizaciones internacionales usan, de manera predeterminada, el inglés como idioma de sus comunicaciones. En este caso, también influye el hecho de que grandes organizaciones ecologistas, con sede en diferentes comunidades, nacen en Estados Unidos, como es el caso de Greenpeace. Por otro lado, muchas de estas voces inglesas han alcanzado una gran extensión entre los hablantes del español, incluso cuando contamos con un equivalente patrimonial, por lo que es posible encontrar la palabra o expresión en ambos idiomas.

Como veremos posteriormente, estas voces inglesas siguen distintas vías para incorporarse a nuestro vocabulario. En primer lugar, aparecen porque cubren un vacío léxico con respecto a una nueva realidad, movimiento o expresión. En muchos de estos primeros casos, las entidades académicas, como la Real Academia Española o la Asociación de Academias de la Lengua Española, junto con organismos como la FundéuRAE (2005), proponen una adaptación válida con fisonomía ortográfica coherente con respecto a nuestro idioma. En segundo lugar, los anglicismos se usan por moda, proyección internacional o con una intención expresiva determinada, incluso en muchos casos sustituyendo a una voz o expresión españolas. En este último ejemplo, los organismos académicos mencionados tratan de reivindicar el equivalente patrimonial, como veremos a lo largo de esta investigación.

De este modo, en el presente trabajo hemos creado un repositorio de anglicismos con temática ecologista para comprobar la extensión que tienen en el ámbito de estudio. Este listado léxico, iniciado en diciembre del año 2022, parte del análisis de las páginas web de las principales organizaciones ecológicas que se encuentran en España, también contando con aquellas que son internacionales, pero cuentan con sede en nuestro país. Además, se incluyen los principales *influencers* que cuentan con un perfil ecologista en Instagram. En este caso, hemos intentado mantener un equilibrio entre aquellos que cuentan con una mayor repercusión, pero también teniendo en cuenta que traten contenido que resulte interesante para nuestro estudio.

Una vez seleccionados los textos, los hemos volcado en la aplicación de estudio de frecuencias léxicas Ant.Conc en la versión 4.2.4 (Anthony, 2023), ya que nuestra intención es la de analizar aquellos anglicismos que tengan una mayor frecuencia de uso

en el ámbito ecologista¹. Con los anglicismos resultantes, hemos realizado una clasificación temática donde hemos analizado su tipología lingüística, prestando especial atención a su ortografía en cuanto al uso de voces adaptadas u originales y a la existencia de equivalentes, si estos existiesen o hubiesen sido propuestos por los organismos académicos mencionados anteriormente. Nos interesa saber, por lo tanto, cuál es la tendencia en cuanto al uso de anglicismos en su forma original, ya que se presupone un mayor conocimiento de los anglicismos en las últimas generaciones debido a la apertura comunicativa, al avance tecnológico y al predominio del idioma inglés en las nuevas tecnologías. Este hecho presupondría, además, el uso de este tipo de voces no solo en los casos de necesidad, es decir, cuando se vinculan con nuevos referentes, sino también cuando existen equivalentes en español. De este modo, pretendemos acercar al lector cuál es la situación lingüística actual de los anglicismos en este entorno digital ecologista.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LA EVOLUCIÓN DE LOS MOVIMIENTOS ECOLOGISTAS EN ESPAÑA

A mitad de siglo XX, aumenta la sensibilización en España sobre los problemas derivados de la contaminación del medio ambiente debido, entre otras cuestiones, al auge del desarrollo industrial que se produce a partir de los años setenta. A partir de este momento, como señalan Bergantiños e Ibarra (2007: 114), los movimientos ecologistas empiezan a tomar forma hasta llegar a popularizarse, como ocurre en la actualidad. En un principio, fueron apareciendo acciones individuales que acabaron agrupándose hasta conformar mayores asociaciones organizadas y bien estructuradas como SEO (Sociedad Española de Ornitología), creada en 1954. Entre finales de los años 60 y principios de los 70 se consolidan las organizaciones ecologistas tanto a nivel internacional como nacional. Aparecerán grandes superficies como Greenpeace o WWF (World Wide Fund for Nature), cuya apertura en España se produce en 1968, mediante la Asociación para la Defensa de la Naturaleza (ADENA), como indica Fernández (1999). Más adelante, en 1979 también aparece Amigos de la Tierra España (procedente de Friends of the Earth International). Ya en los años noventa surge la organización Ecologistas en Acción en España (creada en 1998), conformada por organizaciones locales del país ante la falta de respuesta que encontrábamos en la época para los problemas medioambientales.

Los puntos principales que se establecen rápidamente entre estas organizaciones ecologistas versan, como indican Echart, López y Orozco (2005: 192-193), en el cambio climático, la deforestación, el deterioro de la capa de ozono, el uso de energías contaminantes y la gastronomía responsable.

Las organizaciones ecologistas acaban siendo relevantes entre los movimientos sociales antiglobalización, ya que conforman uno de los puntos clave de estas agrupaciones. De hecho, la temática ecológica acaba expandiéndose a muchos ámbitos de la sociedad, entre los que destaca la ciencia y la agenda política. Algunas de las organizaciones internacionales han acabado expandiéndose prácticamente por todo el mundo, también en España, como es el caso de Greenpeace, e incluso han actuado como mediadores en temas medioambientales de relevancia mundial.

En pleno siglo XXI, la precaria situación social y económica que sufre España y que desencadena en el Movimiento 15-M, o movimiento de los indignados, con relevante

¹ Incluiremos únicamente aquellos anglicismos que aparezcan, como mínimo, en dos textos diferentes.

presencia del movimiento ecologista, provoca toda una revolución social que desencadena en un enfrentamiento entre los manifestantes y el poder político y social establecido. Además, se genera un mayor interés y refuerzo sobre las organizaciones sociales existentes que combaten, entre otros puntos, los problemas medioambientales. Vertiginosamente, se potencia la información sobre este tipo de problemas, sobre todo con el aumento de la temperatura del planeta producido por la actividad humana y, de este modo, crece la conciencia y la preocupación de gran parte de los ciudadanos sobre estas cuestiones. Este hecho se ve también reflejado en el aumento de las investigaciones sobre los movimientos sociales en España en los últimos años, como es el caso de Costa (2011), Flesher (2015), Karamichas (2016), Díez y Laraña (2017), Tejerina y Perrugorría (2018), Betancor (2021, 2023) o Fernández y Domínguez (2022), entre otros.

2.2. LOS ANGLICISMOS EN LA ACTUALIDAD

Como hemos comentado anteriormente, el siglo XXI experimenta una apertura comunicativa y digital que provoca un mayor contacto entre hablantes de otros idiomas y, por lo tanto, un mayor conocimiento de otras formas lingüísticas distintas a la propia. En este contexto, aparece el inglés como idioma de comunicación internacional, debido a la supremacía de países como Estados Unidos en el mundo durante el siglo XX y XXI y a la influencia del inglés del Reino Unido en Europa. Este proceso es denominado por Rodríguez González (2022: 21) como «globalización» o «mundialización» cultural y lingüística.

El español no está exento de esta influencia, de hecho, muchas investigaciones actuales señalan que el inglés es el idioma que más extranjerismos genera en la lengua española en la última década (Bernal y Freixa, 2022, Gómez Capuz, 2022 o Rodríguez González, 2023). Específicamente, como observamos en Giménez (2021), el inglés es la lengua que más extranjerismos aporta en la última edición del *Diccionario RAE* (2014).

En nuestro país, durante el franquismo vivimos una época de cierre hacia el exterior que resultó en un menor contacto lingüístico con otros idiomas. Una vez finalizada la dictadura, este cierre fue difícil de superar, como observamos en el doblaje de películas, series o libros al español o también en un menor conocimiento de otros idiomas con respecto a otros países de la Unión Europea. Solo con el momento actual de apertura comunicativa hemos empezado a abrirnos a otros idiomas y, como consecuencia, a recibir voces foráneas de una forma más cercana al original. Este hecho también está influyendo en el tipo de extranjerismos que estamos utilizando, ya que, como muestran Bernal y Freixa (2022: 53), la mayoría de anglicismos que aparecen en los medios de comunicación son en su formato original, es decir, un 96,33 % frente al 3,67 % que aparecen con algún tipo de adaptación al español. De hecho, este fenómeno será uno de los aspectos en los que nos vamos a fijar en el trabajo que nos ocupa, es decir, en observar si los anglicismos que analizamos aparecen en su formato original, siguiendo esta tendencia, o, por el contrario, en formato adaptado.

En cuanto al tipo de extranjerismos, el *DPD* en *RAE* y *ASALE* (2005) los clasificaba en dos tipos; por un lado, extranjerismos innecesarios, esto es, aquellos que tienen un equivalente en español y extranjerismos necesarios, que serían aquellos que no cuentan con ningún equivalente y vienen a cubrir una necesidad referencial. En el caso de los extranjerismos innecesarios, tanto *RAE* y *ASALE* (2005) como posteriormente *RAE* y *ASALE* (2010) y *RAE* (2014) proponen una serie de equivalentes para sustituir estas voces. El objetivo es que las palabras patrimoniales no pierdan su vigencia de uso y

acaben siendo sustituidas por la foráneas, pero estamos hablando de un fenómeno que es imparable y que inevitablemente hará evolucionar al idioma, como ya lo hicieron otras lenguas antes como el árabe, el francés, el italiano o las nativas americanas.

Aplicando este contexto al ámbito ecológico, encontramos en las organizaciones ecologistas españolas seleccionadas una internacionalización de términos provocada por el intercambio comunicativo, ya que muchas de ellas conforman parte de superficies más amplias con la sede original en otro país. Es el caso de Greenpeace, WWF (World Wide Fund for Nature) o Friends of the Earth International, todas con sede en España, pero originarias de otros países donde se usa el inglés como idioma principal de comunicación.

Por otro lado, igual que sucede en los medios de comunicación, donde los periodistas usan fuentes internacionales y deben adoptar y adaptar palabras, las revistas ecologistas recurren a los anglicismos cuando no encuentran un equivalente claro en español, principalmente cuando una organización internacional debe adaptar un artículo de una fuente que originariamente está en inglés.

Con la evolución y el alcance de Internet en los últimos años, redes sociales como Instagram se han consolidado y han alcanzado una gran repercusión. De hecho, muchos *influencers* utilizan esta plataforma para proyectar sus mensajes entre miles y, a veces, millones de seguidores. En el hilo de este trabajo, muchos *influencers* han encontrado en un tema de moda y progresista como la ecología, además, acorde con los tiempos que vivimos en el avance de los derechos humanos, un filón para aumentar sus seguidores. Por ejemplo, Carlos Ríos² cuenta con 1,6 millón de seguidores en su cuenta ecologista de Instagram, María Negro³ con 20 mil seguidores, Mariana Matija⁴ con 164 mil seguidores, Carlota Bruna⁵ con 234 mil, Marta Canga⁶ con 25 mil, Todos somos reciclaje⁷ con 306 mil, Vivir sin plástico⁸ con 70 mil seguidores y Viviendo consciente⁹ con 4 mil seguidores.

Es sabido que el inglés ha impregnado a las redes sociales de un gran caudal léxico de voces y expresiones y los *instagramers* no suponen una excepción. De hecho, muchas de las voces creadas en este contexto se han instalado en el resto de la sociedad. Hablamos de voces como *follow*, *blog*, *like*, *whatsapp*, *influence*, *streaming* y algunos de sus derivados, es decir, *follower*, *bloguero*, *wasapear*, *influencer* o *streamer*. Por este mismo motivo, hemos añadido a nuestro corpus de textos el ámbito de las redes sociales, ya que el aporte de anglicismos a nuestro estudio ha resultado bastante significativo, como veremos a continuación.

3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo nuestro corpus, necesitábamos acudir a ámbitos relevantes en el mundo de la ecología, ya que lo que pretendíamos era que los resultados fueran

² <https://www.instagram.com/carlosriosq/?hl=es>

³ <https://www.instagram.com/soymarianegro/>

⁴ <https://www.instagram.com/marianamatija/?hl=es>

⁵ <https://www.instagram.com/carlotabruna/?hl=es>

⁶ <https://www.instagram.com/martacanga/?hl=es>

⁷ https://www.instagram.com/todos_somos_reciclaje/?hl=es

⁸ https://www.instagram.com/vivirsinplastico/?utm_source=ig_embed&ig_rid=5675a812-6886-4d90-8c60-c5b004e8b22c

⁹ https://www.instagram.com/viviendoconsciente/?utm_source=ig_embed&ig_rid=3d75c772-930f-4c04-abf9-26335485995f

representativos de nuestro campo de estudio. Este ha sido el motivo por el que hemos seleccionado aquellas organizaciones que tienen mayor repercusión en España (además de medios de comunicación con cierta extensión que trataran temas ecologistas) y, por otro lado, en el ámbito de los *influencers* ecologistas, aquellos que contaban con un conjunto de seguidores notable y que, a su vez, introdujeran contenido relacionado realmente con la ecología. La temporalidad de recogida de estos textos ha sido desde diciembre del 2022 hasta enero del 2024. Durante este tiempo, hemos seleccionado 1476 textos de *influencers* con perfil ecologista en Instagram y 883 artículos extraídos de las páginas web de organismos ecologistas relevantes, como podemos observar en la tabla 1 (esta diferencia de textos a favor de los *influencers* tiene que ver con que sus intervenciones en Instagram son más breves que la extensión de un artículo de una organización ecologista en su página web).

Tabla 1. Cantidad de textos extraídos desde diciembre del 2022 hasta enero del 2024

	<i>Influencers</i> con perfil ecologista	Páginas web con perfil ecologista	Total de textos analizados
Textos analizados	1476	883	2359

Estos textos han sido extraídos a partir de las siguientes páginas web e *influencers*¹⁰:

ORGANIZACIONES ECOLOGISTAS EN ESPAÑA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

- *Amigos de la Tierra.*
- *Ecologistas en Acción.*
- *Sin Plástico.*
- *Greenpeace España.*
- *WWF (World Wide Fund for Nature. España).*
- *SEOBirdLife (Sociedad Española de Ornitología).*
- *Econatur.*
- *El país* (secciones: Gastronomía-El Comidista / Cambio climático / Energías renovables).
- *El Confidencial* (secciones: Ciencia / Teknatutas).
- *National Geographic* (España)
- *Efe: verde.*

INSTAGRAM DE *INFLUENCERS* ECOLOGISTAS:

- Carlos Ríos.
- María Negro.
- Mariana Matija.
- Carlota Bruna.
- Marta Canga.

¹⁰ Véase el enlace de cada uno en las referencias bibliográficas.

- Todos somos reciclaje.
- Vivir sin plástico.
- Viviendo consciente.

A continuación, hemos volcado todos estos textos en la aplicación Ant.Conc (Anthony, 2023) en la versión 4.2.4, ya que esta herramienta ofrece resultados de frecuencia de aparición, además de calcular el número total de *tokens* (cualquier forma de palabra particular del texto) y el número total de *types* (formas diferentes en la muestra extraída). En definitiva, además de poder observar el número de veces que aparece un anglicismo, también podemos calcular su frecuencia normalizada con respecto al número total de palabras que representa el conjunto de textos que forma el corpus (*tokens*). Cuando resulte representativo por el número de casos, mostraremos la frecuencia normalizada de una voz o expresión, lo haremos por millón de resultados, para que la lectura no resulte incómoda con respecto a la cantidad de ceros delante del decimal.

En definitiva, con respecto a todos los textos seleccionados hemos obtenido un total de 621 825 *tokens* (cualquier forma de palabra particular del texto, es decir, el total de palabras introducidas en la aplicación) y 51 705 *types* (formas diferentes en la muestra extraída). De este modo, en este apartado se excluyen las repeticiones), como observamos en la tabla 2.

Tabla 2. *Tokens* y *types* en Ant.Conc (versión 4.2.4)

	<i>Tokens</i> (total de formas totales recogidas)	<i>Types</i> (total de formas diferentes recogidas)
Ant.Conc (4.2.4)	621 825	51 705

En el resultado del vaciado de voces y expresiones inglesas, se han desechado muchas que aparecían puntualmente, es decir, en una única ocasión o en un único texto, ya que no nos interesaban las voces que tenían que ver con un contexto ocasional, sino aquellas que resultaban realmente representativas del ámbito ecologista. En total, hemos recogido 168 anglicismos con temática ecológica y con presencia en, al menos, dos textos diferentes. Asimismo, a partir del glosario léxico resultante, analizaremos estos anglicismos por temática y por tipología lingüística y nos centraremos en su ortografía y en la posible existencia de equivalentes en español. Desde el punto de vista ortográfico, nos interesa conocer si estos extranjerismos aparecen en su forma original o, por el contrario, han sido adaptados a la lengua de recepción y en qué tipo de voces se ha llevado a cabo este proceso de modificación ortográfica. En segundo lugar, observaremos si los anglicismos analizados cuentan con un equivalente en español y en qué porcentaje. Si el equivalente apareciera en los textos analizados, también lo marcaríamos.

4. RESULTADOS

4.1. VOCES GENERALES

Inicialmente, nos encontramos con aquellos anglicismos que son representativos del ámbito de la ecología y, por este motivo, son los que aparecen con una mayor frecuencia. Las voces que son usadas más recurrentemente en nuestro corpus son: *ecology* (57 / 91,66)¹¹, *organic* (49 / 78,80), *healthy* (42 / 67,54), *climate change* (37 / 59,50), *renewable* (33 / 53,06), *recycling* (24 / 38,59), *recycled* (22 / 35,37), *global warming* (21 / 33,77), *sustainable* (11 / 17,68), *ethical consumerism* (11 / 17,68), *climate crisis* (9 / 14,47), *climate emergency* (8 / 12,86), *sustainability* (7 / 11,25) y *sustainable energy* (5 / 8,04).

Como podemos observar, todas las voces aparecen como extranjerismos originales o crudos, terminología usada por RAE (2005). Es decir, que no han sufrido ningún tipo de adaptación ortográfica. Podemos destacar voces que resultan especialmente generales y se pueden asociar con diferentes temáticas, como es el caso de *ecology*, *organic*, *renewable*, *sustainable* o *sustainability* por lo que aparecían relacionadas con diferentes ámbitos como el medio ambiente, la alimentación, la ropa, los medios de transporte, el turismo o la ciudad, por ejemplo. Asimismo, encontramos un segundo grupo más marcado temáticamente, sería el caso de *healthy*, que se suele asociar con la alimentación; *climate change*, *global warming* y *climate crisis*, que se suelen asociar con el medio ambiente; *recycling* o *recycled*, asociados en nuestros ejemplos a la ropa y a los envases de la comida, sobre todo a los elementos alternativos al plástico; *sustainable energy*, relacionado con las energías renovables y, finalmente, *ethical consumerism*, que, aunque puede aparecer en más ámbitos, en nuestros ejemplos se usaba especialmente en los ámbitos de la ropa y la alimentación.

Por otro lado, observamos cómo todas estas voces cuentan con equivalentes en español, que, además, aparecen también con mucha frecuencia en los ejemplos que hemos analizado. Estos serían, por orden de aparición: *ecología*, *orgánico*, *saludable*, *cambio climático*, *renovable*, *reciclaje* y *reciclado*, *calentamiento global*, *sostenible*, *consumismo responsable*, *crisis climática*, *emergencia climática*, *sostenibilidad* y *energía sostenible*. Como hemos señalado, ambos fenómenos pueden aparecer en un mismo texto (anglicismo y equivalente). Cuando esto ocurre, el autor puede pretender internacionalizar el fenómeno referido con el uso del extranjerismo. Por el contrario, también puede ocurrir que quiera referirse a un fenómeno, noticia o evento que en su origen se escribía en inglés. Siguiendo el hilo de estas causas, resulta reseñable indicar que muchos *influencers* usan estos términos en inglés para llamar la atención y para internacionalizar sus mensajes, ya que es una característica inherente con la que buscan aumentar el número de sus seguidores.

En segundo lugar, hemos encontrado muchas expresiones que están relacionadas con movimientos ecologistas. *Flygskam* (4 / 6,43) está relacionada con el hecho de renunciar a volar para evitar las altas emisiones que provocan estos medios de transporte. El anglicismo fue popularizado por la joven activista Greta Thunberg, quien ha usado

¹¹ Incluimos entre paréntesis la frecuencia total en nuestro corpus y, después de barra, la frecuencia normaliza por millón de resultados a partir de los *tokens* de nuestro corpus en Ant.Conc (4.2.4).

medios de transporte no contaminantes, incluso en largos viajes. La FundéuRAE (2005)¹² prefiere el equivalente *vergüenza de volar*, sin embargo, este resulta poco convincente y tiene poca presencia en los textos analizados. El segundo movimiento es *Realfooding* (37 / 59,50) como movimiento que combate los productos alimenticios ultraprocesados. Es un anglicismo con un alto grado de aparición en nuestro corpus, ya que es la etiqueta con la que se ha acuñado a este movimiento tan popular en los últimos años entre aquellos que quieren seguir una dieta sana. Es un término, por otro lado, muy usado por los *influencers* que hemos seleccionado, ya que la alimentación saludable es un ámbito bastante recurrente entre sus publicaciones. Aunque el equivalente *Comida real* aparece en nuestro corpus, el término en inglés es muy popular. Asimismo, *Earth Overshoot Day* y *Overshoot Day* se refieren al día en el que la humanidad agota los recursos que la Tierra produce en todo un año. *Sobregiro* es la propuesta de FundéuRAE (2005), sin embargo, no ha tenido hasta el momento mucha aceptación. Finalmente, pero no menos importante, encontramos el movimiento *Go Green* (14 / 22,51), que hace referencia a la consciencia de cambiar los hábitos por otros más respetuosos con el medioambiente. Como alternativas, aparecen las expresiones *Sé verde* o *Piensa en verde*, sin embargo, pese a que aparecen en nuestros textos, la versión en inglés está muy extendida y las traducciones en español, sobre todo *Sé verde*, suenan en ocasiones un poco forzadas para los autores analizados.

4.2. ALIMENTACIÓN Y ANIMALES

Otro de los ámbitos que más anglicismos han generado ha sido el de la alimentación saludable, de moda en la actualidad, tanto en las páginas web de las organizaciones ecologistas como en los *influencers*. Por ejemplo, Greenpeace España ofrece regularmente los alimentos que son de temporada y da algunos consejos sobre buena alimentación. De este modo, hemos encontrado los siguientes anglicismos para los que incluimos sus equivalentes entre paréntesis: *vegan society* (sociedad vegana), *vegan cuisine* (cocina vegana), *foodmarketing* (sector de la alimentación), *fresh food* (alimentos frescos), *natural food* (alimento natural), *organic agriculture* (agricultura orgánica), *sustainable agriculture* (agricultura sostenible), *antioxidant foods* (comida antioxidante), *processed food* (comida procesada), *fast food* (comida rápida), *real food* (comida real), *realfooders* (seguidores del movimiento *Realfooding*), *nutriscore* (puntuación nutricional), *detox foods* (comida desintoxicante), *detoxification food* (comida desintoxicante), *dietas detox* (dietas desintoxicante), *zumos detox* (zumos desintoxicante), *batido detox* (batido desintoxicante), *organic food* (alimentación orgánica), *eco-food* (ecoalimentación¹³), *ecological food* (alimentación ecológica), *bio food* (bioalimentación o alimentación bio), *biological farming* (agricultura biológica), *biodynamic farming* (agricultura biodinámica) u *organic farming* (agricultura orgánica).

Inicialmente, encontramos dos tipos de extranjerismos, por un lado, extranjerismos originales, que son la mayoría y, por el otro lado, locuciones híbridas, como es el caso de *zumos detox*, *dietas detox* o *batido detox*. De hecho, en algún caso

¹² <https://www.fundeu.es/recomendacion/vergüenza-de-volar-equivalente-de-flygskam/> [fecha de consulta: 08/01/2024]

¹³ Según RAE (2010), los prefijos eco- deben anexionarse a la palabra que acompañan en español: <https://www.rae.es/ortograf%C3%ada/la-escritura-de-palabras-con-prefijos#2.2.2> [fecha de consulta: 08/01/2024]

hemos encontrado la palabra *detox* adaptada al español con la inclusión de la tilde: *détox*, aunque puntualmente, ya que predomina la forma original.

En cuanto a los equivalentes, vemos que la mayoría son evidentes, salvo en el caso de *realfooders*, ya que tendríamos que recurrir a la expresión *seguidores del movimiento Comida real*, etiqueta poco atractiva para sus usuarios. En relación a la palabra *detox*, la FundéuRAE (2005)¹⁴ propone la forma *depurativa*, aunque nos ha parecido que *desintoxicante* era más fiel al original.

Finalmente, en cuanto a la frecuencia de uso, las voces más recurrentes en nuestro corpus han sido *fast food* (47 / 75,58), *real food* (23 / 36,98), *realfooder* (12 / 19,29), *fresh food* (9 / 14,47) y *eco-food* (8 / 12,86).

En relación a la defensa de los animales, pese a que ocupa también un lugar privilegiado tanto en las organizaciones ecologistas como en los *influencers* con este perfil, son pocos los anglicismos encontrados con presencia significativa, ya que se prefieren las voces patrimoniales (al menos en nuestros textos). Destacaríamos el caso de *Ghost Fishing* (pesca fantasma), en relación a la captura de animales en redes abandonadas, con una frecuencia total de 5 apariciones y una frecuencia normalizada de 8,04 por millón de resultados.

4.3. ROPA, BASURA Y CONTAMINACIÓN

Como sabemos, una mala praxis en el uso de plásticos, el uso de químicos en la ropa y otras prácticas con materiales difícilmente reciclables conllevan a la contaminación del Planeta. Por ese motivo, este ámbito ha sido ampliamente tratado y ha generado los anglicismos que veremos a continuación. En primer lugar, los relacionados con la ropa, como serían: *second hand* (de segunda mano), *organic cotton* (algodón orgánico), *100 % organic cotton* (100 % algodón ecológico), *Better cotton* (movimiento que se enfoca en reducir el impacto negativo del cultivo convencional de algodón en el medio ambiente y en las comunidades agrícolas). En segundo lugar, aquellos relacionados con los envases o el uso de plástico: *pellet* (gránulos o pélets), *lobby del plástico*, *biodegradable plastic* (plástico biodegradable) y *sustainable packaging* (envases sostenibles).

En cuanto a la frecuencia de uso, merecen una especial mención *second hand* (7 / 11,25), *organic cotton* (6 / 9,64), *pellet* (5 / 8,04) y *Better cotton* (5 / 8,04). Salvo el caso de la locución híbrida *lobby del plástico*, el resto son anglicismos originales y, en cuanto al uso de equivalentes, parecen todos bastante obvios menos en la situación de *Better cotton*, cuyo equivalente, *mejor algodón*, no aparece en los textos ni parece representar completamente la acepción que intenta transmitir el anglicismo, ya que, en el fondo, se trata de una iniciativa. En el caso de *pellet*, desconocido hasta la tragedia de los *pellets* en Galicia, es recogido por la FundéuRAE (2005)¹⁵, quien propone el uso del equivalente *gránulo* o la adaptación *pélet*.

Por otro lado, encontramos aquellas voces que tienen que ver con residuos o contaminación: *littering* (basurear), *container* (contenedor), *smog* (esmog), *trash* (basura), *toxic* (tóxico), *pollution* (contaminación), *waste* (residuos), *deforestation* (deforestación), *carbon footprint* (huella de carbono), *greenhouse gas* (gas efecto invernadero). Estas voces, extranjerismos originales, presentan equivalentes evidentes.

¹⁴ <https://www.fundeu.es/recomendacion/depurativo-detox/> [fecha de consulta: 08/01/2024]

¹⁵ <https://www.fundeu.es/recomendacion/pelet-adaptacion-de-pellet/> [fecha de consulta: 13/01/2024].

En el caso de *smog*, la FundéuRAE (2005) plantea el equivalente *esmog* que, de hecho, ha sido incluido en RAE (2014)¹⁶. También, FundéuRAE (2005)¹⁷ trata el tema del *littering* y propone los equivalentes, poco usados, *basurear* o *basureo*. En relación a la frecuencia de aparición, destacan los casos de *smog* (6 / 9,64), más popular que la adaptación *esmog*; *toxic* (9 / 14,47) y *pollution* (6 / 9,64).

4.4. EVALUACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÍAS RENOVABLES

Nos encontramos con un campo que ha generado muchas voces, ya que las energías renovables, con la instalación de placas solares a la cabeza, han aumentado su popularidad en los últimos años. También ha influido el hecho de que el propio Gobierno a nivel nacional y autonómico haya generado una serie de ayudas para apoyar su avance. En el siguiente listado, incluimos el equivalente y una definición, ya que son voces bastante técnicas del sector: *permitting* (tramitología; proceso de obtener permisos y licencias), *ready to build* (preparado para construir; proyecto que cuenta con todas las autorizaciones para construir), *scoping* (sin equivalente; procedimiento de sometimiento a evaluación medioambiental), *ayudas Next Generation* (ayudas de nueva generación; encaminadas a la instalación de placas solares, entre otros fines), *screening* (procedimiento de sometimiento a evaluación ambiental), *carbon policy* (políticas de carbono; conjunto de políticas destinadas a la reducción de emisiones de dióxido de carbono), *carbon tax* (impuesto del carbono), *central fotovoltaica stand alone* (centrales fotovoltaicas aisladas; centrales que no están conectadas a una red y aprovechan la energía producida en el sitio), *central fotovoltaica grid-connected* (centrales fotovoltaicas con conexión de Red), *utility scale* (escala de utilidades; sistema de almacenamiento de energía), *central dry steam* (central de vapor seco; central geotérmica de vapor dominante), *fuel switching* (cambio de combustible; sustitución de la capacidad de carbón con otras fuentes de energía menos contaminantes y más sostenibles), *inverter* (inversor; dispositivo que convierte la corriente continua (CC) en corriente alterna (CA)), *repowering* (repotenciación; actividad que consiste en la intervención de una central para prolongar su vida útil y mejorar su eficiencia), *tracker* (rastreador; dispositivo mecánico-automático diseñado para orientar un panel fotovoltaico hacia los rayos del sol), *thin film* (láminas delgadas; módulos en los paneles fotovoltaicos), *solar renewable energy* (energía solar renovable); *almacenamiento stand alone* (almacenamiento aislado; modalidad de almacenamiento con baterías que se conectan directamente a la red de transporte), *central eólica offshore* (parque eólico en el mar), *central eólica onshore* (parque eólico en tierra).

Salvo *ayudas Next Generation* (15 / 24,12) e *inverter* (6 / 9,64), ninguna otra de estas voces o expresiones destaca por su frecuencia de uso, ya que son bastante técnicas en los procesos mecánicos medioambientales y las hemos encontrado ocasionalmente en su ámbito de uso específico. En este campo sí encontramos un equilibrio entre formas completamente originales y locuciones mixtas, ya que muchas de ellas hablan de centrales o tipos de almacenamiento que no traducen el sustantivo al inglés (*ayudas Next Generation*, *central fotovoltaica stand alone*, *central fotovoltaica grid-connected*, *central dry steam*, *almacenamiento stand alone*, *central eólica offshore* y *central eólica onshore*).

¹⁶ <https://dle.rae.es/esmog?m=form> [fecha de consulta: 08/01/2024].

¹⁷ <https://www.fundeu.es/recomendacion/basureo-o-basurear-alternativas-a-littering/> [fecha de consulta: 08/01/2024].

Finalmente, observamos cómo los equivalentes resultan un tanto forzados, ya que seguimos hablando de formas técnicas que, en muchas ocasiones, suelen ser unívocas en cuanto a la relación entre forma y significado (por ejemplo, el caso de *permitting* con *tramitología* o el de *central dry steam* con *central de vapor seco*). De hecho, algunas formas no han sido relacionadas con ningún equivalente razonable, como es el caso de *scoping* o *screening*.

4.5. ENTORNOS DE LA CIUDAD, MEDIOS DE TRANSPORTE Y TURISMO

En este ámbito, destaca la aparición de voces acompañadas de los anglicismos *sustainable*, *smart* y del prefijo *eco-*, como vemos a continuación: *sustainable tourism* (turismo sostenible), *sustainable development* (desarrollo sostenible), *sustainable mobility* (movilidad sostenible), *sustainable environment* (entorno sostenible), *sustainable city* (ciudad sostenible), *smart city* (ciudad inteligente), *eco-cycling* (ecociclismo), *eco-cycle* (ecociclo. Sistema de aparcamiento de bicicletas robotizado). En este listado, todos los anglicismos son originales, sin adaptación. Además, cuentan con equivalentes usados en los textos analizados, menos en el caso de *eco-cycle*, donde su equivalente *ecociclo* no se usa en el contexto de las bicicletas, por lo que sería una etiqueta patrimonial algo artificial. Únicamente *smart city* tiene relevancia en la frecuencia de uso con un total de 11 apariciones y con una frecuencia normalizada de 17,68.

Por otro lado, el léxico referente al coche es muy prolífico, sobre todo en los últimos años con la incorporación de las coches eléctricos e híbridos. Por este motivo, encontramos voces como: *Hybrid car* (coche híbrido), *E-Hybrid* (coche electrohíbrido), *EHybrid* (coche electrohíbrido), *Electric Hybrid* (coche electrohíbrido), *Mild-Hybrid* (motor eléctrico alimentado por batería para respaldar un motor de gasolina o diésel convencional a fin de mejorar la eficiencia y reducir las emisiones) o *regenerative braking* (frenado regenerativo). Estas formas originales en inglés están ampliamente extendidas, también internacionalmente, por lo que sus equivalentes tienen un escaso uso en los textos. Aunque todos los equivalentes puedan resultar verosímiles, no hemos encontrado uno para coche *Mild-Hybrid*, ya que la traducción literal *híbrido suave* no se corresponde con la acepción que aporta el anglicismo. En cuanto a estos equivalentes, de nuevo, recordamos que los prefijos irían pegados sin guion a la palabra que acompañan, por lo tanto, el prefijo español *electro-* aparecería ligado al sustantivo *híbrido* en sus diferentes formas. En relación a la frecuencia de uso, estas voces sí resultan notables, como podemos observar a continuación: *Hybrid car* (19 / 30,55), *E-Hybrid* (15 / 24,12), *EHybrid* (3 / 4,82), *Electric Hybrid* (6 / 9,64), *Mild-Hybrid* (6 / 9,64), *regenerative braking* (6 / 9,64).

4.6. INFLUENCERS Y EL ENTORNO DIGITAL

Ciertamente, los *influencers* recurren a mucho léxico en inglés, pero hemos preferido incluir en este apartado únicamente aquellas voces que hacen referencia a la temática del entorno digital del *influencer* y dejar el resto en la temática correspondiente (alimentación, medio ambiente, animales, ropa, etc.). De este modo, aquellos anglicismos que tenían frecuencia en este entorno eran los siguientes: *influencer* (93 / 149,55), *influencer verde* (3 / 4,82), *influencer eco* (3 / 4,82), *influencer ecologista* (14 / 22,51), *influencer eco-friendly* (4 / 6,43), *influencer bio* (3 / 4,82), *eco-influencer* (7 / 11,25), *sustainability influencers* (3 / 4,82), *green warriors* (5 / 8,04), *sustainability topics* (3 / 4,82), *digital ecology* (4 / 6,43), *ecologyblog* (4 / 6,43), *eco-podcast* (6 / 9,64).

Como hemos podido observar, la propia palabra *influencer*, por ser el hiperónimo, lógicamente, es la más frecuente en nuestro grupo con notable diferencia. Salvo el caso de *influencer ecologista*, que es una locución híbrida entre la voz española y la inglesa, el resto son extranjerismos originales.

Asimismo, en cuanto a los equivalentes, no validamos la forma *influyente*¹⁸ que propone la FundéuRAE (2005), ya que no aparece en ninguno de nuestros textos y nos resulta artificial e incompleta. Por lo tanto, carecerían de equivalente todas las combinaciones con esta voz. Sí validamos los equivalentes para las siguientes palabras: *green warriors* (guerrero verde), *sustainability topics* (temas sostenibles) y *digital ecology* (ecología digital). En los casos de *ecologyblog* y *eco-podcast*, con lo que contamos es con sus adaptaciones al español, cuyo resultado sería *blog ecológico*, con la forma *blog* incluida en RAE (2014) sin cursiva, es decir, como una voz ya adaptada y con *ecopodcast*, ya que *podcast* con tilde sería la propuesta de adaptación de FundéuRAE (2005)¹⁹.

4.7. TEMÁTICA GREEN

La palabra *green* es el anglicismo más usado en el entorno ecológico (178 / 286,25), ya que es una de las formas más representativas del movimiento ecologista en el mundo. De hecho, la organización ecologista con mayor proyección internacional la recogió en su denominación de marca, *Greenpeace*.

Asimismo, muchas son las locuciones que acompañan a este anglicismo en nuestro corpus y cuentan con cierta frecuencia de uso, es decir: *green new deal* (nuevo pacto verde; conjunto de propuestas políticas para abordar la crisis climática mediante medidas económicas sostenibles, respetuosas con el medioambiente), *green city* (ciudad verde), *green power* (poder verde), *green energy* (energía verde), *green tourism* (turismo verde), *green transport* (transporte verde), *green driving tool* (herramienta de conducción verde; iniciativa científica y ciudadana para ayudar a reducir las emisiones de CO₂ y el consumo de combustible), *green tip* (iniciativas ecológicas por parte de *influencers*), *greening* (pago verde; conjunto de ayudas para promover una agricultura sostenible), *greenhushing* (ecosilencio; ocultamiento de información sobre el cuidado del medioambiente), *greenwashing* (lavado de imagen verde / ecopostureo), *green guides* (guías verdes; guías para el uso de declaraciones de marketing ambiental), *green influencer* (*influencer* verde).

Como podemos analizar, todas las formas son extranjerismos originales que, en su mayoría, cuentan con equivalentes, aunque es cierto que, como hemos señalado anteriormente, podemos hablar de la excepción que supone *influencer* en su conjunción con *green*, ya que no cuenta con un equivalente adecuado. Finalmente, de estas locuciones destacan por su frecuencia de aparición las siguientes: *green power* (14 / 22,51), *green influencer* (5 / 8,04) y *greenwashing* (6 / 9,64). Esta última forma se utiliza mucho en productos alimenticios cuyas empresas usan las etiquetas *bio* o *eco* cuando realmente no son alimentos saludables en cuanto a que no son bajos en azúcar, sal, conservantes u otros aditivos.

¹⁸ <https://www.fundeu.es/recomendacion/influyente-alternativa-a-influencer/> [fecha de consulta: 08/01/2024].

¹⁹ <https://www.fundeu.es/recomendacion/podcast-adaptacion-al-espanol/> [fecha de consulta: 08/01/2024].

4.8. PALABRAS CLAVE CON EL USO DE PREFIJOS O EN FUNCIÓN ADJETIVAL (ZERO, FREE, LOW, ECO-)

En este grupo hablamos de elementos que son sostenibles mediante voces con función adjetival o prefijos en inglés como *zero*, *free*, *low* o *eco-*. En primer lugar, encontramos el anglicismo *zero* en *zero waste* (residuo cero). Es cierto que aparecen muchos productos alimenticios con esta denominación, pero lo hacen con el número 0 y no con la palabra desarrollada en inglés.

En cuanto al anglicismo *free*, encontramos las siguientes locuciones: *sugar-free* (sin azúcar), *plastic-free* (sin plástico), *plastic free* (sin plástico), *cruelty-free* (sin crueldad animal; productos que no han utilizado ningún tipo de experimentación animal), *dye-free* (sin colorantes; referido a la alimentación) y *preservative-free* (sin conservantes; referido a la alimentación). Como podemos ver, todos ellos son extranjerismos originales que cuentan con un equivalente claro. En cuanto a su frecuencia de uso destaca el anglicismo *sugar-free* con una frecuencia total de 16 apariciones y con una frecuencia normalizada de 25,73 por millón.

Otro calificador con resultados es *low*, que aparece en *low fat diets* (dietas con pocas grasas) y *low fat foods* (alimento con pocas grasas). Ambas locuciones cuentan con equivalentes claros y conformando extranjerismos originales. Sin embargo, su frecuencia de aparición es bastante baja, ya que se prefieren los equivalentes en español. Así, ambas cuentan con 3 apariciones totales y con una frecuencia normalizada de 4,82 por millón.

Finalmente, el prefijo *eco-* aparece en los siguientes compuestos: *eco-friendly* (ecoamigable / ecorespetuoso; respetuoso con el medio ambiente), *eco-shame* (ecovergüenza), *eco-pride* (ecorgullo), *eco-guilt* (ecoculpa), *eco-anxiety* (ecoculpa / ecoansiedad), *eco-grief* (ecoduelo), *eco-coping* (ecoafrentamiento). Como hemos observado en estos anglicismos originales, sus equivalentes se conforman con el prefijo unido, como ya sabemos. En el caso de *ecorgullo*, no doblamos la vocal, ya que la simplificación no supone un problema de ambigüedad, aunque se permitiría también duplicada: *ecoorgullo*. En cuanto a su frecuencia de uso, destaca especialmente la forma *eco-friendly* (16 / 25,73), aplicable a muchos de los ámbitos que hemos incluido en este trabajo.

4.9. SIGLAS (ORGANIZACIONES, EVENTOS, NORMATIVAS Y OTROS).

En último lugar, incluimos las siglas en inglés que hacen referencia a organizaciones, movimientos, conferencias, eventos, pactos, normativas, programas, certificaciones u otros mecanismos. Serían los siguientes:

- COP (Conference of the Parties) (Conferencia de las Partes).
- IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático).
- UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change) (Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).
- FFF (Fridays For Future) (Viernes Por el Futuro).
- ECP (European Climate Pact) (Pacto Climático Europeo).
- PCA (Paris Climate Agreement) (Acuerdo Climático de París).
- EU OBL (EU Organic Bio Logo) (cumplimiento de la normativa de la EU).

- USDA Organics (Certificación de productos orgánicos ecológicos por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos).
- NOP (National Organic Program) (Programa Orgánico Nacional).
- (WWF) (World Wildlife Fund) (Fondo Mundial para la Naturaleza).
- PHEV (Plug-in Hybrid Electric Vehicle) (Vehículo Híbrido Eléctrico Enchufable).
- EV (Electric Vehicle) (Vehículo Eléctrico).
- HVFL (High Value Forest Landscapes') (Paisajes Forestales de Alto Valor).
- NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration). (Oficina Nacional de Administración Oceánica y Atmosférica).
- ETS (Emission Trading Scheme) (Régimen de Comercio de Derechos de Emisión).
- InSPIRE (Innovative Site Preparation and Impact Reductions on the Environment).
- FIP (Feed In Premium) (Prima de Alimentación).
- FIT (Feed In Tariff) (Prima por Energías Renovables).
- HJT (Hetero Junction Technology) (Una de las técnicas de producción de paneles fotovoltaicos más eficientes tanto por el consumo de energía necesaria para su fabricación, como por el rendimiento de los paneles).
- RES (Renewable Energy Sources) (Recursos de Energías Renovables).
- BCI (Better Cotton Initiative) (Iniciativa para un Algodón Mejor).
- SA (Soil Association) (Certificación ecológica emitida por una organización sin ánimo de lucro en Inglaterra, Gales y Escocia).

En el anterior listado, hemos incluido los equivalentes en el margen derecho cuando estos existen en español o cuando resultan muy obvios. Por otro lado, solo *PHEV* (11 / 17,68) y *EV* (15 / 24,12) cuentan con notable frecuencia de uso, ya que hacen referencia al ámbito tan extendido en la actualidad de los coches eléctricos. El resto de siglas al referirse a congresos, sellos, eventos, pactos, mecanismos y normativas resultan muy específicas de su ámbito y aparecen, por lo tanto, esporádicamente.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Como acabamos de comprobar, los anglicismos suponen un elemento recurrente y de gran valor en el ámbito ecologista, ya que hemos podido extraer hasta 168 voces y expresiones procedentes de este idioma en el presente estudio. Asimismo, resulta coherente que las voces que mayor recurrencia tengan sean fenómenos generales representativos del ámbito, siendo, además, palabras simples que aparecen en otras locuciones. Es el caso de *green* (178 / 286,25), *influencer* (93 / 149,55), *ecology* (57 / 91,66), *organic* (49 / 78,80), *healthy* (42 / 67,54), *climate change* (37 / 59,50) y *renewable* (33 / 53,06). En este sentido, para que el resultado fuera lo más significativo posible, hemos incluido aquellas temáticas ecologistas que aportan un mayor número de anglicismos debido al interés que despiertan entre la sociedad, es decir, el medio ambiente, las energías renovables, el transporte, la alimentación, la ropa y la protección de los animales.

Asimismo, más del 90 % de estas formas lingüísticas aparecen como extranjerismos crudos, es decir, en su formato original. Las excepciones son locuciones

híbridas entre el español y el inglés, sobre todo en el ámbito de las centrales y el almacenamiento con anglicismos como *ayudas Next Generation*, *central fotovoltaica stand alone*, *central fotovoltaica grid-connected*, *central dry steam*, *almacenamiento stand alone*, *central eólica offshore* o *central eólica onshore*. Esto es debido, entre otros factores, al mayor conocimiento de la lengua inglesa por parte de la sociedad, ya que la apertura comunicativa y la globalización han permitido un mayor intercambio lingüístico donde el inglés aparece como lengua de comunicación. También es lógico que este hecho esté especialmente presente en el ámbito de las organizaciones ecológicas, ya que la mayoría de ellas tienen proyección internacional con grandes superficies situadas en países de habla inglesa como Greenpeace. Por otro lado, los *influencers*, parte del grupo de nuestro corpus, suelen usar voces y expresiones en inglés como reclamo para alcanzar un mayor número de seguidores, además de por otros motivos expresivos y de moda.

También hemos observado una gran preocupación por parte de los organismos académicos como la RAE, la ASALE y FundéuRAE, ya que ven en estas voces y expresiones foráneas un peligro para muchas palabras patrimoniales que están siendo desplazadas. Este hecho ocurre, ya que, como hemos visto en nuestra investigación, más del 90 % de las voces y expresiones recogidas cuentan con un equivalente coherente en español. Sin embargo, como hemos señalado anteriormente, el objetivo de proyectar internacionalmente el movimiento ecologista, contando con la ayuda de la lengua de comunicación por excelencia, provoca, junto con los factores aducidos anteriormente, que se usen estas formas inglesas. Hay que añadir que en la mayoría de casos el equivalente patrimonial no desaparece, simplemente comparte espacio con el anglicismo, que empieza, eso sí, a empujar cada vez con más fuerza. Por todos estos motivos, los organismos oficiales, con la RAE a la cabeza, siguen reivindicando el uso de equivalentes patrimoniales tanto en sus obras como en sus redes sociales.

En definitiva, el ámbito de la ecología no queda exento de la influencia notable e imparable del inglés en el español. Aunque es cierto que son muy pocos los anglicismos de este corpus que aparecen en el *Diccionario* académico RAE (2014) por novedosos, por ser extranjerismos con equivalentes y, por lo tanto, por querer este organismo académico salvaguardar las propias voces del español, veremos qué ocurre en el futuro ante un fenómeno imparable, como hemos podido comprobar en otros ámbitos como el deporte, la gastronomía o la tecnología, donde ya se han instalado sustituyendo a las voces patrimoniales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anthony, Laurence (2023). *AntConc* (Versión 4.2.4) [Computer software]. Waseda University. <http://www.laurenceanthony.net/>
- Bergantiños Franco, Noemí e Ibarra Güell, Pedro (2007). Eco-Pacifismo y Antimilitarismo. *Revista de Estudios de Juventud*, 76, 113-127.
- Bernal, Elisenda y Freixa, Judit (2022). Anglicismos en los medios de comunicación. En Félix Rodríguez González (Ed.), *Anglicismos en el español contemporáneo* (pp. 45-64). Berlín: Peter Lang.
- Betancor Nuez, Gomer (2021). *Procesos de difusión de la protesta e interrelaciones entre movimientos sociales. El caso de la influencia de movimientos sociales previos al 15M en Madrid* [Tesis doctoral]. UNED.

- Betancor Nuez, Gomer y Santos, Felipe (2023). La configuración del campo de estudio de los movimientos sociales en España (1980-2020). *Revista Española De Sociología*, 32(1), 1-23. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2023.145>
- Costa Morata, Pedro (2011). *Ecologíada (100 batallas). Medio ambiente y sociedad en la España reciente*. Madrid: Ed. Biblioteca Nueva.
- Díez, Rubén y Laraña, Enrique (2017). *Democracia, dignidad y movimientos sociales. El surgimiento de la cultura cívica y la irrupción de los indignados en la vida pública*. Madrid: CIS.
- Echart, Enara, López, Sara y Orozco, Kamala (2005). *Origen, protestas y propuestas del movimiento antiglobalización*. Madrid: Los libros de la catarata. Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC).
- Fernández, Joaquín (1999): *El ecologismo español*. Alianza Editorial.
- Fernández Esquinas, Manuel y Domínguez, Màrius (Eds.) (2022). *La sociología en España. Diagnóstico y perspectivas de futuro*. Madrid: Marcial Pons.
- Flesher, Cristina (2015). Debunking spontaneity: Spain's 15-M/Indignados as autonomous movement. *Social Movement Studies*, 14(2), 142-163. <https://doi.org/10.1080/14742837.2014.945075>
- Fundación del Español Urgente (FundéuRAE) (2005 – fecha de creación). <https://www.fundeu.es/>
- Giménez Folqués, David (2021). *Análisis lingüístico en la adopción y adaptación de los nuevos extranjerismos de origen europeo y amerindio en el español actual*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Gómez Capuz, Juan (2022). Anglicismos en el lenguaje de la música rock. En Félix Rodríguez González (Ed.), *Anglicismos en el español contemporáneo: Una visión panorámica* (pp.209-253). Berlín: Peter Lang.
- Karamichas, John (2016). *New and Alternative Social Movements in Spain. The Left, Identity and Globalizing Processes*. London: Routledge.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Madrid: Santillana.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española. 23ª edición*. Madrid: Espasa Calpe.
- Rodríguez González, Félix (Ed.) (2022). Introducción. En *Anglicismos en el español contemporáneo* (pp. 21-28). Berlín: Peter Lang.
- Rodríguez González, Félix (Ed.) (2023). Introducción. En *Estudios sobre el anglicismo en el español actual. Perspectivas lingüísticas* (pp.18-31). Berlín: Peter Lang.
- Tallarico, Giovanni Luca (2020). À propos des emprunts néologiques en français: émergence, intégration et aspects socio-pragmatiques. En *Nouveaux horizons pour la néologie en français. Hommage à Jean-François Sablayrolles* (33–51). Limoges: Lambert-Lucas
- Tejerina, Benjamín, y Perrugorria, Ignacia (2018). *Crisis and Social Mobilization in Contemporary Spain. The 15M Movement*. London: Routledge.

REFERENCIAS DE LAS FUENTES USADAS EN EL CORPUS

ORGANIZACIONES ECOLOGISTAS EN ESPAÑA

- Amigos de la Tierra: <https://www.tierra.org/>
- Ecologistas en Acción: <https://www.ecologistasenaccion.org/>
- Sin Plástico: <https://www.sinplastico.com/es/>
- Greenpeace España: <https://es.greenpeace.org/es/>
- WWF (World Wide Fund for Nature. España):
https://colabora.wwf.es/socio/celebra-la-hora-del-planeta-y-unete-wwf?utm_source=google&utm_medium=google-ads&utm_campaign=socio&utm_content=hp24&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwzN-vBhAkEiwAYiO7oJNN32zXrvh0-D9kNVt34GKPIMxxKvZfKiyloTd8T5nuyD1E5ihy_xoCltwQAvD_BwE
- SEOBirdLife (Sociedad Española de Ornitología): <https://seo.org/>
- Econatur: <https://econatur.es/>
- El país (secciones):
 1. Gastronomía / El Comidista: <https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/>
 2. Cambio climático: <https://elpais.com/noticias/cambio-climatico/>
 3. Energías renovables: <https://elpais.com/noticias/energias-renovables/>
- El Confidencial / apartados Ciencia y Teknatutas: <https://www.elconfidencial.com/>
- National Geographic (España): <https://www.nationalgeographic.com.es/>
- Efe verde: <https://efeverde.com/>

INSTAGRAM DE *INFLUENCERS* ECOLOGISTAS

- Carlos Ríos: <https://www.instagram.com/carlosriosq/?hl=es>
- María Negro: <https://www.instagram.com/soymarianegro/>
- Mariana Matija: <https://www.instagram.com/marianamatija/?hl=es>
- Carlota Bruna: <https://www.instagram.com/carlotabruna/?hl=es>
- Marta Canga: <https://www.instagram.com/martacanga/?hl=es>
- Todos somos reciclaje: https://www.instagram.com/todos_somos_reciclaje/?hl=es
- Vivir sin plástico:
https://www.instagram.com/vivirsinplastico/?utm_source=ig_embed&ig_rid=5675a812-6886-4d90-8c60-c5b004e8b22c
- Viviendo consciente:
https://www.instagram.com/viviendoconsciente/?utm_source=ig_embed&ig_rid=3d75c772-930f-4c04-abf9-26335485995f



An Exploration of Animal Metaphors in Gender-Based Violence Campaigns

Una investigación de las metáforas animales en campañas de violencia de género

IRENE LÓPEZ-RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

<https://orcid.org/0000-0002-8644-9815>

This article is dedicated to my daughter, Helena.
Thanks for being in my life.

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-09-23

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2025-02-06

RESUMEN: Este artículo explora el uso de las metáforas animales en campañas contra la violencia de género. Se analiza un corpus basado en 39 campañas producidas entre 1998 y 2023 procedentes de 21 países donde se recurre a las metáforas animales en la representación de la víctima femenina y/o su maltratador masculino. Utilizando el enfoque de la Teoría de la Metáfora Conceptual, los resultados mostraron que las campañas reproducen tropos zoomórficos comúnmente vinculados con existentes discursos misóginos y de violencia de género, tales como políticos, legales, de los medios sociales y de comunicación, así como de la cultura popular. Los maltratadores son representados como agresivos, depredadores, peligrosos y controladores a través de metáforas como “animales”, “bestias”, “pitbulls”, “buitres”, “gallos”, “pulpos” y “búhos”. Las víctimas femeninas, por otro lado, son sexualizadas, subyugadas y ridiculizadas—física, intelectual y moralmente—por medio de comparaciones con “perras”, “zorras”, “gatas”, “cerdas” y “burras”.

Palabras clave: animal, metáforas, violencia de género, campañas contra la violencia de género, misoginia

ABSTRACT: This article explores the use of animal metaphors in gender-based violence campaigns. It analyzes a purpose-built corpus consisting of 39 public-awareness campaigns that run between 1998 to 2023 across 21 countries that resort to animal metaphors in the representation of the female victim and/or the male abuser. Through the

lens of Conceptual Metaphor Theory, the results revealed that campaigns reproduce common zoomorphic tropes associated with existing misogynous and gender-based violence discourses, such as political, legal, mass, and social media, and popular culture. Male batterers are portrayed as aggressive, predatory, dangerous, and controlling through zoomorphic metaphors such as “animals”, “beasts”, “pit bulls”, “vultures”, “roosters”, “octopuses”, and “owls”. Female victims, on the other hand, are sexualized, subjugated, and derided, physically, intellectually, and morally, via comparisons with “bitches”, “vixens”, “cats”, “pigs” and “donkeys”.

Keywords: animal, metaphors, gender-based violence, gender-based violence campaigns, misogyny

1. INTRODUCTION. ANIMAL METAPHORS AND THE FRAMING OF GENDER

The animal kingdom is a rich source domain for the figurative conceptualization of the character and personality of individuals (Haslam et al., 2011; Kövecses, 2002; Nesi, 1995; Ruiz & Herrero, 2005; Shokym et al., 2022). The straightforward transfer of a name from an animal to a person includes “whale” (a large, overweight person), “kitten” (a young woman with conspicuous sex appeal), “bull” (a man with a brawny physique), “pig” (a dirty, gluttonous, or repulsive person), or “fox” (a clever, crafty person) (*Merriam-Webster*). There is also a wealth of animal-based adjectives applied to people, such as “cocky” (boldly or brashly self-confident), “mousy” (quiet or timid), or “goosey” (very nervous or scared) (*Merriam-Webster*). In addition to nominalizations and adjectivizations, human behavior can be understood in animalistic terms so that people can “bark” if they shout in a loud and rough voice, “wolf down” when they gobble their food, “duck out” if they leave suddenly without telling anybody, or “beaver away” when working in an active and energetic way (*Merriam-Webster*). Metaphoric and metonymic representations of people as animals abound in all languages (Almirabi, 2022; Vujković & Vuković, 2021; Wang, 2022) for humans have been close to animals since the dawn of times.

Animals tend to be understood in anthropomorphic ways (Epley et al., 2007), since they are thought of as having a human form or human attributes that are then projected onto people (Kövecses, 2002). Anthropomorphic animals are at the core of fables. These fictitious narratives in which animals speak and act like humans for didactic purposes illustrate how people have traditionally recurred to the animal kingdom to express (un)desirable human characteristics and behaviors (Danta, 2018; Shahid et al., 2022). In *The tortoise and the hare*, for example, the slow-moving animal beats the arrogant fast hare in a race to show how zeal and perseverance can prevail over arrogance and indolence.

The figurative senses attached to animals are culture specific (Deignan, 2003; Duan et al., 2014; Talebinejad & Dastjerdi, 2005). In other words, they depend on the socio-historical contexts where the metaphors have been coined and on the cultural values of a particular speech community. Cross-linguistic studies have shown how the same animal metaphor can have different meanings depending on the language. In English, a “turkey” denotes a stupid person, but the same animal metaphor refers to someone clumsy

and hypocritical in Spanish and Persian, respectively. Animal metaphors, thus, are not universal.

Animal metonymies and metaphors are often based on a hierarchical structure in which people are positioned above animals due to the ideology of human superiority to beasts (Goatly, 2006). The mental schema of the Great Chain of Being (Lakoff & Turner, 1989) assigns a place for every entity in the universe in a strict hierarchical order which is pictured as a chain vertically extended. The more powerful and better the being, the higher it stands. So, at the top is God followed by celestial creatures. Then come humans; then, animals. Afterwards, flora, inanimate objects and, finally, the four elements. The Great Chain of Being presupposes that the natural order of the cosmos is that higher forms of existence dominate lower forms of existence. This folk cognitive model has important conceptual and linguistic repercussions, for when people are compared to animals, they are being degraded, and, thus, the animal-related metaphor is likely to convey undesirable human characteristics (Talebinejad & Dastjerdi, 2005; Špago, 2022).

Within the mental framework of the Great Chain of Being, the representation of people as animals entails dehumanization. Certainly, on equating people with beasts, the former are being deprived of their human condition and inherent human rights. As a matter of fact, animal metaphors are part and parcel of the language of exclusion and hate (Bock & Burkley, 2019; Brandes, 1984; Goldernberg et al., 2009). Marginalized social groups, such as immigrants, homeless, disabled, sex workers, or criminals, tend to be seen through an animal lens (López-Rodríguez, 2009; Santa Ana, 1999) given that dehumanization fosters and facilitates ostracism as well as the exertion of violence towards the target group (Haslam et al., 2011: 312).

Another key aspect that relates to animal metaphors is the notion of (lack of) control. Based on the belief that humans, unlike animals, can refrain their impulses and drives thanks to their superior rational capacity (Kövecses, 2002), the identification of people with beasts tends to highlight uncontrollable emotions and behavior. Falling within the so-called “control metaphors” (Pérez, 2001: 180), thus, animal metaphors are always at hand to sanction conducts that are considered inappropriate, offensive, and even hurtful (López-Rodríguez, 2009) So, a person who fails to keep anger at bay turns into a “beast”; an individual unable to repress toxic speech is a “viper”; somebody who cannot control his physical force becomes an “animal” whereas one who cannot refrain his sexual instincts is seen as a “sexual predator”.

Animal metaphors are used in the categorization of gender (R. Baker, 1981: 45-52; Hines, 1999: 9-21; Nilsen, 1996: 257-270). Males and females alike can be understood in animal terms. The former can be referred to as *studs*, *bucks*, *wolves*, or *bulls*, the latter, on the other hand, as *kittens*, *bitches*, *chickens*, and *vixens*. Apart from reflecting stereotypical gender roles that associate men with wild, strong, predatory creatures and women with domestic, weak, small animals (Bujok, 2013; López-Rodríguez, 2009), the use of zoomorphic metaphors in relation to gender also mirrors courtship behaviors (Baker, 1981; Bock et al., 2017; Glick & Fiske, 1996; Robinson et al., 2017). Within this context, hunting metaphors often describe dating scenarios where the man typically adopts the role of the predator (e.g.: *wolf*, *tiger*, *fox*) and the woman is usually likened to the prey (e.g.: *bunny*, *chick*). Such animalization in connection with sociocultural gender roles, as well as (sexual/romantic) interactions and relations, has been linked to a wide range of attitudes that promote and perpetuate sexism, sexual harassment, and sexual assault (Bock & Burkley, 2019). As a matter of fact, some animal metaphors are gendered (Baider & Gesuato, 2005; Fernandes, 2021; Reuter, 2007), since

they are imbued with a strong ideological component that mirrors stereotypical gender roles. In this sense, they can contribute to shaping hostile sexist attitudes (Silaški, 2013; Tipler & Ruscher, 2019) that can foster and lead to violence against women (Bock & Burkley, 2019; López-Rodríguez, 2023).

Notwithstanding that animal metaphors often articulate misogynous discourses, little attention has been paid to the deployment of the bestial iconography in public campaigns raising awareness of gender-based violence. Although these resources are one of the most common, popular, and effective forms of drawing attention to this social scourge (Azabal, 2020; Robb-Jackson & Campbell, 2022; Tsegah, 2016; Vallejo, 2018), no study, to date, has critically explored the use of the figurative zoomorphic scenario in gender-based violence campaigns. To address this relevant gap in the existing literature pertinent to the intersecting field of metaphorical use in public discourses of gender-based violence, this article intends to explore animal metaphors in gender-based violence campaigns. The project, thus, seeks to answer the following research questions:

- 1) What are the animal metaphors used to portray male abusers and female victims in gender-based violence campaigns?
- 2) What cultural values and ideologies are transmitted through these animal metaphors?
- 3) To what extent do these campaigns reproduce the gender-based violence and misogynous discourses articulated around animal metaphors?

The paper begins with an overview of animal metaphors in misogynous and gender-based violence discourses. This is followed by an explanation of the methodology used for the compilation and analysis of the corpus. The next section presents and discusses the results considering the pivotal role that metaphor plays in shaping people's cognition and action. It studies the ideologies transmitted through the animalization of the male abuser and of the female victim in gender-based violence campaigns. Finally, some conclusions are drawn regarding the use of the bestial iconography in campaigns aimed at raising awareness of violence against women.

2. ANIMAL METAPHORS, MISOGYNY, AND GENDER-BASED VIOLENCE

Metaphors “invite listeners to conceive of one issue or phenomenon in the light of another issue or phenomenon” (Paris, 2002:427) by mapping conceptual structures from a relatively familiar source domain onto a more abstract target domain. Metaphors, thus, provide iconographic references that may force individuals to see something through a specific lens, often leading to a distorted vision of reality (Fairclough, 2003: 67). In fact, research has shown how different metaphorical framings are conducive to different ways of thinking and acting about the subject presented. Seeing criminals as animals, for example, led individuals to ask for stricter penalties and punishments than when they were seen as viruses or illnesses (Thibodeau & Boroditsky, 2011).

Animal metaphors have been documented in misogynous and gender-based violence discourses, including political, popular, mass, and social media, sports, medical and legal (Bock & Burkley, 2019; Haslam et al., 2011; Lacalle et al., 2024; Lomotey, 2019; López-Rodríguez, 2023; Tipler & Ruscher, 2017). Within the realm of politics, figurative fauna figures prominently in the context of female politicians and female activists being derided and discredited through comparisons with beasts (Anderson, 1999;

Collier & Raney, 2018; Kassam, 2018; Kleinman et al., 2009). An illustrative example relates to US president Donald Trump's list of faunistic epithets, which include "dog", "pig" and "bitch", to refer to ex presidential candidate Hillary Clinton and German Chancellor Angela Merkel (Erichsen et al., 2020; Gallagher, 2022: 1; Rucker, 2018). Similarly, Brazil's presidents Lula da Silva and Jair Bolsonaro resorted to "cow" and "bitch" when addressing female political opponents (Phillips, 2022: 5; Sindeski & Esperidião, 2023: 7). Canadian foreign minister Peter MacKay made a canine remark when describing liberal member of parliament Belinda Stronach as "dog" after she left her husband (Stewart, 2006: 2). Ex-Philippines president Rodrigo Duterte called women at the gender-equality event of International Women's Day "bitches" (Ellis-Petersen, 2019: 1), whereas far-right Spanish politician Ángel Bordas used "vixen" to criticize feminists ("VOX", 2019: 7).

Popular culture is rife with examples of the symbolic transformation of women into animals. In addition to the iconic Playboy bunnies and of superheroines like Catwoman and Batwoman (Coppess, 2013; Hines, 1999), many songs portray women as animals that need to be tamed or hunted or that are in heat. Such is the case of the lyrics of Robin Thicke and T. I. Pharrell's "Blurred Lines" (2013) — <<Ok, now he was close/Tried to domesticate you/But you're an animal>>—, or Maroon 5's "Animals" (2014): <<Baby, I'm preying on you tonight. Hunt you down, eat you alive>>. Reggaeton singer J. Balvin's "Perra" (i.e., Bitch) (2021) identifies a sexually excited woman with a bitch in heat. On the other hand, Shakira's "Loba" (i.e., She-wolf) (2009) and Nebulossa's "Zorra" (i.e., Vixen) (2024) try to re-appropriate faunistic slurs to depict (sexually) independent females as wild beasts. Furthermore, classical movies like *Cat on a Hot Tin Roof* (1958), *The Female Animal* (1958) and *Kiss of the Spiderwoman* (1985) bear witness to the common representation of women as animals. Finally, although at times obsolete, proverbs offer a window onto the discursive construction of women as beasts to sustain dominant patriarchal ideologies (Corbacho, 2009; Echevarría, 2011; Lomotey, 2019), as seen, for instance, in "women and hens are lost by too much gadding" or "donkeys and women need to be tamed by flogging".

Similarly, social media provide a wide repertoire of animal expletives directed at women. Terms such as "whales", "seals", "bitches", "dogs" and "bunnies" permeate on-line communities of the so-called manosphere on sites, such as X (formerly Twitter), Reddit or Facebook (Hopton & Langer, 2022; Lacalle et al., 2024; Tranchese & Sugiura, 2021). Additionally, highly popular influencers, such as Tik Tokker Andrew Tate or Instagrammer Dan Bilzerian resort to the animalization of women to sexualize, deride, and even hierarchically rank women's physiques and sexual desirability (Ayres, 2019: 3; Cocoran, 2022: 1-7). The exploitation of animal tropes has also been observed in advertisement (Sloan, 2019; Villanueva, 2013). PETA campaigns, for instance, have utilized photographs of nude women, who were artistically depicted and publicly displayed as pieces of meat for sale in a butcher's shop. Fashion commercials have equally employed semi-naked models that had wild animal print painted onto their bodies and hairstyles evocative of the mane of lionesses, tigresses, or cheetahs to convey the notion of unrestrainable (sexual) behavior.

In the sports world, animal metaphors are always at hand to describe female athletes. Romanian coach Ilie Nastase addressed Keothavong and Konta as "fucking bitches" for not living up to his expectations at a tennis tournament (Ostlere, 2017: 2). Romania's gymnast Nadia Comaneci remembered being called "fat cow" and "pig" as part of her abusive training (The secret, 2021). Australian journalists nicknamed Russian

tennis player Anna Kournikova “sex kitten” when reporting on one of her matches against Martina Hingis (Perry, 2015).

The patriarchal ideology conveyed through the iconography of the bestial feminine, however, is not just a trope utilized in public discourse, as it is manifested in real episodes of gender-based violence. Indeed, often times, the language of the male abuser is articulated around animal metaphors that dehumanize, sexualize, and depreciate women (Beiras et al., 2015; Bock & Burkley, 2019; López-Rodríguez, 2023; Luke, 1998). Abusive men tend to conceptualize their female victims as all sorts of beasts (e.g.: “bitches”, “kittens”, “chicks”, “pigs”, “dogs”, “whales”, “cougars”, “cows”) to exert—and even legitimize—violence against them. To illustrate, the well-known “pig girl” and “wolf pack” cases in Canada and Spain, respectively. In the former, the male farmer named Robert Pickton kidnapped, tortured, and raped at least 33 women, whom he treated, literally and metaphorically, as pigs. He forced them to stay in his pigsty, addressed them with the porcine epithet, killed them with a butcher’s knife and subsequently took their corpses to a slaughterhouse (Butts, 2020). The latter refers to a gang rape planned by 5 young men through their WhatsApp group, tellingly called “The Wolf pack”. Casting themselves in the role of sexual predators, these males sexually abused a woman, filming and boasting about their sexual exploits in the abovementioned chat (Cedeira, 2017).

Health-care providers similarly document animal metaphors as part of the abusive behavior of batterers (Eisikovits & Buchbinder, 1997; Mullaney, 2007) and of the traumatic experiences of female victims (Beiras et al., 2015; Lawless, 2001). Clinical narratives register men’s comparisons with animality to conjure up images of their loss of control when hurting women (Beiras et al., 2015; Holma et al., 2007). Speaking of “the animal or beast within”, “the animal side” and of “turning into a beast”, male perpetrators relate and pinpoint the origin of their aggressions to their primal animal nature. Analogously, female victims of gender-based violence see their aggressors through an animal lens, as attested in their personal testimonies (Klein, 2013) and memoirs, such as *The Beast I Loved: A Battered Woman’s Desperate Struggle to Survive* (Davidson, 2018) or *Animal* (Taddeo, 2021). Interestingly, in therapies aimed at treating male batterers, health-care providers can resort to metaphors of domestication and taming to help control their negative, impulsive reactions (Beiras et al., 2015; Buchbinder, 2017). Police officers and other professionals within the legal system are likewise familiar with animal metaphors in cases of violence against women (Cook, 1999; Mahan, 2013; Novak, 2012).

Judging from recent statistics that state that 736 million women worldwide—almost one in three—have been subjected to some form of gender-based violence in their life (UNWomen, 2023), this study becomes relevant as an attempt to tackle the complexity and multi-faceted dimensions of violence against women. In fact, despite remarkable efforts in recent years to raise awareness of and eradicate this global problem—with new laws, policies, initiatives, and campaigns led by feminist movements, (non-) governmental organizations, police forces, health services and educational administrations—the figures of violence against women are still alarming today. In 2023 the Office on Women’s Health recorded 89,000 femicides globally (OASH, 2023) and the World Health Organization also informed of the serious short- and long- term physical, mental, sexual, and reproductive health problems for these victims of gender-based violence, with 42% of women reporting an injury, 41% experiencing depression, and 16% suffering a miscarriage (WHO, 2023). In addition, given that violence against women tends to happen behind closed doors, the available data must certainly hide an

even bleaker reality (Biswas & Das Chatterjee, 2023; Davies & True, 2019) that several gender-based violence campaigns are trying to bring to the public eye (Morales, 2013; Ramírez, 2015; Robb-Jackson & Campbell, 2022; Vallejo, 2018). Hence, because these campaigns are devised to have a social impact and change behavior, they deserve closer examination.

3. METHODOLOGY

3.1. METHOD

Data for this study were collected through the google search utilising a combination of English and Spanish key words relevant to the research questions with a focus on figurative fauna (i.e., “animal”/ “animal”, “beast”/ “bestia”, “fauna”/ “fauna”, “metaphor”/ “metáfora”) in relation to public gender-based violence campaigns (i.e., “gender-based violence campaigns”/ “campañas de violencia de género”). As a result, a total of 39 campaigns from 21 countries were retrieved. As such, these campaigns were produced in different languages, namely, English, Spanish, Galician, French, and Lithuanian.

Following Conceptual Metaphor Theory, the study considered that the main function of metaphor is the understanding of complex, abstract ideas in terms of more concrete, bodily ones (Lakoff & Johnson, 1980). The campaigns were, then, coded with the use of an animal metaphor as a unit of analysis. The project took into account that metaphors can be expressed through other means of communication rather than just language—gestures, music, sound, visuals—and, therefore, it employed the Metaphor Identification Procedure (MIP) (Pragglejaz Group, 2007) and the Visual Metaphor Identification Procedure (VISMIP) (Šorm & Steen, 2018) for the identification and manual coding of the animalesque metaphors. Both procedures call for 1) reading the text-discourse to get a global understanding of the meaning/observing the visual image to get the general idea, 2) determining if each lexical unit in the text has a more basic, more concrete, or historically older meaning in other contexts than in the given one/determining if the images displayed present perceptually incongruous elements that violate an expected, more concrete, or literal scenario and 3) if so, marking the unit as metaphorical. To illustrate how these procedures work, consider two of the campaigns analyzed in this project: “Hit the Bitch” and “Te amo ≠ Tu amo.” The unit “bitch” means “an unpleasant, malicious and even promiscuous woman” in the campaign context. Yet, “bitch” has the basic sense of “a female dog” in other contexts and, therefore, “bitch” is marked as metaphorical according to the MIP. The other campaign shows the image of a woman kneeling with a collar around her neck and a leash that is held by a man. The image displayed is incongruous because collars and leashes are typically associated with dogs. Hence, following the VISMIP, the campaign poster evokes the image of a female dog instead of a woman and, thus, it is coded as metaphorical.

3.2. CORPUS

The resulting corpus was comprised of 54 metaphorical items—19 referring to male abusers and 35 to female victims (see tables 1 and 2).

Table 1. Animal metaphors for the male abuser

<i>No.</i>	<i>Animal metaphor</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percentage</i>
1.	Animal	5	26.31%
2.	Beast	2	10.52%
3.	Dog	2	10.52%
4.	Pig	2	10.52%
5.	Spider	1	5.26%
6.	Donkey	1	5.26%
7.	Fauna	1	5.26%
8.	Rooster	1	5.26%
9.	Vulture	1	5.26%
10.	Owl	1	5.26%
11.	Sparrow	1	5.26%
12.	Octopus	1	5.26%
Total		19	100%

Table 2. Animal metaphors for the female victim

<i>No.</i>	<i>Animal metaphor</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percentage</i>
1.	Bitch	19	54.2%
2.	Vixen	5	14.28%
3.	Bird	2	5.74%
4.	Insect	1	2.85%
5.	Animal	1	2.85%
6.	Pig	1	2.85%
7.	Donkey	1	2.85%
8.	Cougar	1	2.85%
9.	Cat	1	2.85%
10.	Viper	1	2.85%
11.	Cow	1	2.85%
12.	Butterfly	1	2.85%
Total		35	100%

Note that all the linguistic metaphors were regarded as the surface manifestation in language of conceptual metaphors. Hence, once retrieved and noted, the former were grouped thematically so that conceptual metaphors could be put forward to account for them.

4. RESULTS AND DISCUSSION

Data analysis revealed that the metaphors applied to female victims (35 tokens) outnumber those used to represent male abusers (19 tokens) (see table 3). This might reflect the general language imbalance regarding animal names framing gender, for there

are more animal metaphors applied to women than to men (Baider & Gesuato, 2005; López-Rodríguez, 2009; Nesi, 1995). Studies have shown that women are more prone to animalization than men, because women’s biological physiology (sexualization, fertilization, giving birth) tends to be more emphasized than men’s (Heflick & Goldenberg, 2014; Reynolds & Haslam, 2011). Hence, women are more likely to be viewed as closer to animals and nature in general than men are (Bock & Burkley, 2019: 264). In addition, within the traditional Western patriarchal paradigm articulated around binary oppositions that sustain male dominance—human/animal, man/woman, civilization/nature—women have traditionally been compared to beasts (Adams, 1990; Adams & Donovan, 1995; Adams & Gruen, 2014). The categories “woman” and “animal”, indeed, have symbolically been constructed as the dominant, submissive “Other” (Gruen, 1993).

Table 3. Gender-based violence campaigns based on animal metaphors

<i>Campaign & date</i>	<i>Country</i>	<i>Animal metaphors</i>	
		<i>Male batterer</i>	<i>Female victim</i>
Captain Harley’s be cool...not cruel (1998)	Australia	Dog	
Fight Domestic Violence (2001)	New Zealand		bitch
¿Qué clase de animal eres? [What kind of animal are you?] (2006)	Spain	animal [animal]	
Spread the Word (2007)	Canada		bitch
We help deal with all kinds of animals (2008)	Australia	Animal	
Actúa. Siempre actuar, nunca mirar [Act. Always act, never watch. Stop domestic violence] (2008)	Spain	Spider	insect
Hit the Bitch (2009)	Denmark		bitch
Words Hurt (2013)	Lebanon		bitch
This is a Bitch (2013)	USA		bitch
Treated Worse than Animals (2014)	India		animal
Putá, Porca, Burra [Whore, Pig, Donkey] (2014)	Spain		porca [pig] burra [donkey]
Bye, Felipe (2014)	USA		bitch cougar
Día Internacional contra la violencia de género [International Day Against Gender-Based Violence] (2014)	Spain		pájaro [bird]

Usa la razón [Use your Head] (2014)	Colombia		perra [bitch]
Men for Women (2015)	Lithuania	dog donkey	
Ça suffit [Enough is enough] (2015)	France		bitch
Dear Daddy (2016)	Norway		bitch
Speak up like humans, don't be violent like animals (2016)	USA	Animal	
#Balancetonporc [Expose your pig] (2017)	France	porc [pig]	
Vivir junto a una bestia no es siempre un cuento de hadas [Living with a beast is not always a fairy tale] (2017)	Ecuador	bestia [beast]	
No seas animal [Don't be an animal] (2018)	Spain	fauna gallo [rooster] cerdo [pig] buitre [vulture] búho [owl] gorrión[sparrow] pulpo [octopus]	
Flip the Bitch Switch (2018)	New Zealand		bitch
#CambiaElTrato [Change the deal] (2018)	Argentina	Animal	
Zorra. No vales para nada. Duele leerlo. Imagínate vivirlo [Vixen. You are worthless. Reading it is painful. Imagine living it] (2019)	Spain		zorra [vixen]
Only animals can't control their lust. Stay human. Stop harassment (2019)	Egypt	Animal	
#ViolenciaES [It is Violence] (2019)	Mexico		perra [bitch] zorra [vixen] gata [cat]
Si soy una zorra. Si soy una perra. Si soy una víbora. Si soy una vaca es porque... [If I am a vixen. If I am a bitch. If I am a viper. If I am a cow it is because...] (2020)	Spain		zorra [vixen] perra [bitch] víbora [viper] vaca [cow]
It's time to flip the sexist script (2021)	UK		bitch
Internet Violence Museum (2021)	China		bitch

¡Por zorra! Te voy a violar [Because you are a vixen! I am going to rape you] (2021)	Colombia		zorra [vixen]
SheIsABitch (2021)	India		bitch
Volamos juntas [We fly together] (2021)	Spain		mariposa [butterfly]
Not your Bitch (2021)	Italy		bitch
Zorra es guarra. Zorro es listo. Sí, claro. [Vixen is slut. Fox is smart. Yes, of course] (2021)	Spain		zorra [vixen]
Hail Bitch! (2022)	Canada		bitch
Te amo≠ Tu amo [I love you ≠ Your owner](2022)	Spain		perra [bitch]
Cage bought to hold wandering animals. Modified to punish a straying wife (2023)	Cambodia		Bird
Man not Beast (2023)	Nigeria	Beast	
Through their Eyes (2023)	Australia		bitch

4.1. THE MALE ABUSER IS AN ANIMAL METAPHOR

As for the metaphors used for male abusers, the findings revealed a tendency to categorize them in terms of “wild beasts”. Except for “dog”, “pig”, “rooster”, and “donkey”, which are all classified as domestic animals, all the other animals pertain to wild fauna. The generic term “animal” and its equivalent “beast” are registered in 8 campaigns to highlight the lack of rationality and of control of the male batterer. This is so because the PEOPLE ARE ANIMALS metaphor is based on the dichotomous folk belief that there is an animal inside each person and civilized people are expected to restrain their impulses and instincts with their rational capacity (Kövecses, 2002). Classified as “control metaphors” (Pérez, 2001: 180), then, animal metaphors tend to convey and condemn a type of extreme and undesirable behavior (Kövecses, 2002; Nayak & Gibbs, 1990).

Nigeria’s “Man not Beast” (2023) brings the opposite pair man/animal to the forefront to make male abusers reflect on—and stop—their inhumane actions. The campaign video alternates images of men caring for women and wild animals attacking their preys to distinguish between human and bestial behavior. Similarly, the Australian police department juxtaposes a photograph of an animal fighting and of a man hitting a woman to equate their aggressions, while encouraging people to denounce gender-based violence in “We help deal with all kinds of animals” (2008). The straightforward identification of the male perpetrator with a beast is also at the core of the Spanish “No seas animal” (2006), where the animal kingdom is used as a mirror that reflects the conduct of the male abuser. After listing several animal species that exploit and even kill their partners, the campaign directly asks the batterer to identify himself with a type of beast (1):

- (1) El león se aprovecha de su familia. El gallo maltrata a sus semejantes. La mantis asesina a su pareja. ¿Y tú? ¿Qué clase de animal eres...?” [The lion

takes advantage of his family. The rooster mistreats his kin. The mantis assassins his partner. And you? What sort of animal are you?] (Spain 2006)

“Speak up like humans, don’t be violent like animals” (USA 2016), on the other hand, uses human speech as a distinctive feature separating people from animals to underscore the aggressive conduct of male abusers and to promote verbal communication.

The campaigns corresponding to examples (2), (3) and (4) reduce those men unable to keep their sexual urges at bay to the category of a lustful animal in order to address (sexual) harassment and abuse. Activating the metaphor A LUSTFUL PERSON IS AN ANIMAL (Lakoff, 1987), the three campaigns directly urge male batterers to control their animalistic sex drive by appealing to their human condition. Notice the use of the verb “control” (3-4), the explicit juxtaposition animal-beast/human (2-4), the figurative term “fauna” (2) to encompass all types of batterers and the verb “extinguish” (2), typically associated with the extinction of animal species, in calls for civil collaboration to eradicate harassment. This animalesque portrayal, in turn, is reinforced through some of the campaign’s posters and videos that link animals with men that harass women. In (2) six men are seen wearing different animal masks when stalking women on the street, whereas (3) presents one man making animal sounds when approaching a woman. (4) shows photographs of several beasts mating:

- (2) No al acoso callejero. No seas animal. Ayúdanos a que la fauna callejera se extinga. [No to street harassment. Don’t be an animal. Help us extinguish street fauna] (Spain 2018)
- (3) #CambiaElTrato. La estás acosando. ¿Eres un animal que no te puedes controlar [#Change the deal. You are harassing her. Are you an animal that cannot control yourself?] (Argentina 2018)
- (4) Only animals can’t control their lust. Stay human. Stop harassment (Egypt 2019)

In addition to highlighting the violent behavior typically associated with wild animals, the campaign “Vivir junto a una bestia no es siempre un cuento de hadas [Living with a beast is not always a fairy tale] (Ecuador 2017) plays with the Disney character of Beast to break up with the stereotype of romantic love ingrained in fairy tales, where female characters are usually dominated, and even abused by their male partners. Beast, indeed, epitomizes the male batterer (Coates et al., 2019: 124-125). He is an animal literally speaking and behaves as such. His romance with Belle is based on abduction, imprisonment, isolation, aggression, and manipulation. Even though Belle’s love acts as the catalyst for Beast’s transformation into a charming prince, that does not change the fact that Beast has mistreated Belle (Lederer, 2012). The campaign poster makes this clear by presenting actress Emma Watson, who plays Belle in the Disney movie, with a purple eye and a broken nose next to Beast (“Crean campaña”, 2012: 1).

The figurative dog, applied to a worthless or contemptible person (Waśniewska, 2018: 12-14), appears twice in the corpus. The Australian campaign “Captain Harley’s be cool...not cruel”, which centers on a 5-year-old member of a family represented as slightly humanized dog characters, portrays the male abuser as a dangerous dog. In the poster, a mean looking dog character, the father, shouts over the mother and children, whereas on the T.V. commercial the dog-like father is growling at the mother—barking instead of using words (Donovan & Vlasis, 2005: 138), with the negative implications

attached to the metaphoric “bark” when applied to humans (i.e., to speak in an angry, court, aggressive tone of voice [Ruiz & Herrero, 2005: 938]). Analogously, Lithuania’s “Men for Women” likens male abusers to fighting dogs to underscore their violent conduct (“Human Rights”, 2015: 1). The campaign poster displays a man whose face has been replaced by that of a Staffordshire bull terrier, standing in a police station getting a photograph taken as a criminal and holding a sign with the police telephone number. Tellingly, the dog’s mouth is wide open, revealing his sharp teeth and a long drooling tongue to reinforce connotations of aggressiveness and viciousness. This campaign also depicts male abusers as donkeys in its slogan: “Looking for a donkey. If found, stop him or dial 112 for the police”. An epitome of stupidity and stubbornness, this beast of burden is regarded as an insult in English and Lithuanian cultures (Sakalauskaite, 2010: 32-33).

“Vulture”, “owl”, “sparrow”, “octopus”, “pig” and “rooster” are recorded once in the corpus. These metaphors appear in the same campaign, the Spanish “No seas animal. Ayúdanos a que la fauna callejera se extinga” [Don’t be an animal. Help us eradicate street fauna]—see (5) below. The poster and video feature six men wearing different animal masks. Each animal stands for a type of contemptible behavior, illustrative of the (sexual) harassment women face while on the street. The script, which reads as follows, describes the type of predatory behavior of each animal to conclude that these actions are not characteristic of people:

- (5) El búho que no te quita ojo de encima. El buitre siempre al acecho. El cerdo te grita barbaridades. El gallito te dice “piropos” a unos metros de distancia. El gorrion reclama tu atención silbándote. El pulpo se pega cada vez que puede. Estos comportamientos no son propios de personas. [The owl that sets his eyes on you. The vulture that is always stalking. The pig that shouts atrocities. The rooster that makes “compliments” close to you. The sparrow that seeks your attention whistling. The octopus that clings to you whenever he can. These actions are not characteristic of people] (“No seas animal”, 2018: 1)

Three birds epitomize stalking: the owl, the vulture, and the sparrow. These avian metaphors activate a hunting scenario that frequently conceptualizes heterosexual relationships as a male predator chasing his female prey, a dynamic often linked to sexual harassment and rape (Bock & Burkley, 2019). Far from symbolizing wisdom, the “owl” here is associated with nocturnal sight. It, then, conveys the notion of constant surveillance and stalking. As for the vulture, this rapacious bird that scavenges on carrion suggests the (sexual) voracity of male sexual predators. Despite not being a bird of prey, the figurative sparrow has a strong sexual charge too, for he is shown seeking females’ attention through sounds. Hence, his mating call runs parallel to the whistles made by the male abuser when sexually pursuing women, as seen in the campaign video.

The figurative octopus suggests fondling. Rooted in the image of many tentacles moving and grabbing objects, the metaphor recreates men’s unwanted physical groping of women (Herrero, 2005: 109). The rooster, which embodies masculinity, arrogance, and dominance over women (López-Rodríguez, 2007: 139), is associated with verbal aggression in the campaign video, since it is pictured making sexual comments to women. The same form of violence is conveyed through the metaphoric porcine, seen yelling and making obscene remarks at women. Symbol of dirtiness—both in the physical and moral senses—the figurative pig illustrates the abuser’s shameful sexual conduct (Stibbe, 2003:

378). The same porcine metaphor appears in the French campaign “#Balancetonporc” [Expose your pig], which renders powerful males that sexually harass women as pigs (Vidon, 2017: 1).

Finally, the male abuser is likened with a spider in “Actúa. Siempre actuar, nunca mirar” [Act. Always act, never watch] (Spain 2008). The arachnid metaphor, on the one hand, highlights the toxic relationship with a male batterer, for most spiders are poisonous and even lethal. On the other hand, it underscores predatory behavior, for the spider is seen making a web, where a woman has been trapped (Sánchez-Montilla, 2015: 46).

4.2. THE FEMALE VICTIM IS AN ANIMAL METAPHOR

As opposed to the bestial iconography of the male abuser, most animal metaphors applied to women pertain to the domestic realm, mirroring, therefore, sexist assumptions about the social role traditionally attributed to women (see table 3).

“Bitch”—and its Spanish equivalent “perra”—is the most recurrent metaphor in the corpus. One of the most common terms of opprobrium for a woman (Kassam, 2018; Kleinman et al., 2009; Sánchez-Montilla, 2015), the female dog figuratively condenses the notions of maliciousness, spitefulness, and bossiness (Hughes, 1991). The slur, indeed, is usually applied to strong, belligerent, and influential women (Kassam, 2018) given that these traits tend to be negatively associated to female power (Caputi, 2004). Several campaigns pun on the literal and metaphorical senses of “bitch” to draw attention to the verbal violence conveyed through the faunistic epithet. Showing photographs of female dogs and women, (6) and (7) make it clear that “bitch” is a term that should pertain exclusively to the canine domain, but on no account should it be applied to a woman:

- (6) This is a bitch. This is a woman who speaks up her mind (USA 2013)
- (7) She’s pricey. She’s snooty. She’s controlling. She’s a bitch (India 2021)

In like manner, (8) and (9) denounce the widespread use of “bitch” to attack powerful and confident women:

- (8) Spread the word. She is NOT a bitch. She is a strong woman (Canada 2007)
- (9) Es una perra. Tiene carácter fuerte, pero no merece tu violencia [She is a bitch. She has a strong personality, but she does not deserve your violence] (Mexico 2019)

Italy’s “Not Your Bitch” (2021) centers on the metaphorical senses of “cagna” (Italian for “bitch”) to bring to the fore the sexism inherent in language (Bacchi, 2021: 1-3). Based on dictionary definitions, the campaign details how terms like “bitch” are a form of verbal aggression that contribute to the sexualization of women. On the other hand, the Spanish campaign “Si soy una perra es porque soy fiel a mí misma” [If I am a bitch is because I am faithful to myself] (Spain 2020) exploits the positive connotations attached to dogs to re-claim the gender stigmatizing label (“La provocadora campaña”, 2020: 1).

New Zealand’s “Flip the Bitch Switch” (2018) renders women as the female canine to warn about sexual assault. The campaign, which plays on the acoustic similarities between “bitch” and “switch”, encourages women to take free self-defense courses to protect themselves from male aggressors (Rowe, 2018: 1-8). In Spain “Te amo

≠Tu amo” (2022) puns on the polysemy of “amo”, meaning “owner” and “I love” in Spanish, to portray a battered woman as a bitch. Its slogan “Te amo no significa tu amo”, that is, “I love you does not mean I owe you” is illustrated with a photograph of a young woman with a dog’s collar around her neck that is held by a man to reflect her submissive situation and inhuman mistreatment (Sánchez-Montilla, 2015: 48).

Two campaigns bring to the fore the psychological damage caused when calling a woman “bitch”. “BITCH. Fight Domestic Violence” (New Zealand 2001) shows photographs of battered women with the word “BITCH”—in capital letters—smearred over their heads (Donovan & Vlasis, 2005: 68), since this body part metonymically represents one’s state of mind and mental health. Similarly, the Lebanese “Words Hurt” (2013) features the image of a woman who has endured domestic violence. Her wounds mimic the shape of the audio waveform of the word “bitch” that has been hurled at her (Green, 2013: 1-3). The slogan makes it clear the long-lasting psychological effects of this form of verbal aggression: “Bitch. Words Hurt. You can’t see them but the scars from verbal abuse are real and can last for years.”

The Danish “Hit the Bitch!” (2009) and the Norwegian “Dear Daddy” (2015) take a step further by linking “bitch” not only with verbal and psychological violence, but also with physical and sexual abuse. The former features a videogame where the player must smack a woman, explicitly named “bitch”, to score points. After vividly depicting the bruises and painful screams of the female character, the word “IDIOT”—in capital letters—appears on the screen as a rebuke to condemn domestic violence (Sharp, 2009). The latter is a short video that takes the form of a missive sent by a girl-to-be-born to her father. The baby foresees “bitch” as part of the name-calling she will be subjected to during her lifetime, which will eventually lead to her sexual harassment and rape— see (10):

- (10) I need to ask you a favor. Warning: it’s about boys. Because, you see, I will be born a girl. Which means by the time I’m 14, the boys in my class will have called me a whore, a bitch, a cunt, and many other things. It’s just for fun of course, something boys do. So, you won’t worry. And I understand that. By the time I turn 16, a couple of the boys will have snuck their hands down my pants while I’m so drunk I can’t even stand straight. And although I say no, they just laugh. It’s funny, right? [...] Dear daddy, this is the favor I want to ask. One thing always leads to another. So please stop it before it gets the chance to begin. Don’t let my brothers call girls whores, bitches, because they’re not (“Norway’s Dear Daddy”, 2015: 1-7).

Similarly, Colombia’s “Usa la razón” [Use your head] (2014) and England’s “Flipped the Sexist Script” (2021) stress how calling a woman “bitch” contributes to her objectification, sexualization, and, ultimately, (verbal, physical, sexual) abuse. Based on the lyrics of reggaeton songs that portray women as sexy and hot bitches, the Colombian campaign unveiled the dangerous sexist messages that promote sexual violence through this popular music (García-Calderón, 2015): “Escucha con atención: Es una perra caliente, que lo quiere, que lo quiere” [Listen carefully: She is a bitch in heat who wants sex, who wants sex] and “Escucha con atención Esa perra quiere guerra” [Listen carefully: That bitch wants a sexual war]. The English campaign alerts people to the lethal consequences that sexist words like “bitch” can have in relation to domestic abuse (“It’s Time”, 2021): “Sexist Script: Women are sexual objects. Flipped script: The sexual

objectification of women underpins domestic abuse. No to dirty, bitch, slag, slut and nympho”.

“Bitch” is at the core of two campaigns that recreate dating scenarios and everyday interactions where men express their (sexual) entitlement, (sexual) dissatisfaction and (sexual) frustration through this slur. Tackling sexual harassment on public transportation, “Ça suffit” [Enough is enough!] (France 2015) includes a transcript of a man who, making unwanted sexual advances, calls an unknown woman “bitch” while commuting in the metro: “Hello, Mademoiselle. You’re lovely. Let’s get to know each other. Is that short skirt for me? You’re hot, you’re turning me on. Answer me, dirty bitch. Stop—that’s enough”. Based on real screenshots from on-line dating sites and applications like OKCupid and Tinder, “Bye Felipe” (USA 2014) draws attention to the pervasiveness of “bitch” as a form of address for a woman who rejects man’s (sexual) proposals: “Bitch, I said hi. Bitch, reply to me. Why don’t you want to go out with me anymore, bitch?” (Shaw, 2016).

Three campaigns resort to “bitch” to illustrate cyberviolence against women. Featuring a short movie that documents hatred against women on the web, “Hail Bitch: Misogyny in the Digital Age” (Canada 2022) already employs the canine metaphor in its title to show the prevalence of this slur on the internet “Bitch. Bitch. Bitch. Everywhere” (“The 16 Days”, 2022). The campaign video “Through their Eyes” (Australia 2023) showcases how female gamers are bombarded with insults like “bitch” in the gaming universe: “Stop playing, fucking bitch!” (“Maybelline & Hero”, 2023). With the same purpose, the “Internet Violence Museum” (China 2021) campaign blankets a hill with red flags displaying real messages from the internet, in which women, particularly feminist activists, are derided as “bitches”, such as “I hope you die, bitch” or “Little bitch, screw you” (Davidson, 2021).

Data analysis revealed that five campaigns use “zorra” (i.e., vixen) in the representation of women. Although the metaphor connotes cunningness, it generally applies to promiscuous, lewd women, and even to female sex workers (*DRAE*; Fernández & Jiménez, 2023). “Campaña de sensibilización” [Raising-awareness campaign against gender-based violence] (Spain 2021) juxtaposes the meanings of the animal pair “zorro/zorra” (i.e., fox/vixen) to denounce the blatant sexism inherent in language, for if “zorra” means dirty in the moral sense of the term and even prostitute, its male counterpart denotes a clever, crafty man (“Campaña de sensibilización”, 2021, pp. 1-3): “Zorra es guarra. Zorro es listo. Sí claro” [Vixen is slut. Fox is smart. Yes, of course]. The Spanish campaign “Si soy una zorra es porque me muevo con inteligencia” [If I am a vixen is because I move and act in a smart way] (2020), by contrast, attaches the positive connotations of the male “fox” to the female “vixen” in order to re-appropriate the zoomorphic epithet (“La provocadora campaña”, 2020: 1-7).

“Zorra. No vales para nada. Duele leerlo. Imaginate vivirlo” [Vixen. You are worthless. Reading it is painful. Imagine living it] (Spain 2019) highlights the damage caused through this animal slur. Apart from its explicit motto, the campaign poster further reinforces this form of verbal aggression, for it shows a man with a fist coming out of his wide-open mouth while yelling “zorra” (i.e., vixen).

In addition to underscoring verbal violence, Mexico’s “Esa chava es una zorra” [That girl is a vixen] (2019) and Colombia’s “¡Por zorra!” [Because you are a vixen!] (2021) connect “zorra” with sexual abuse. Whereas the Mexican campaign states that “zorra” functions as a social label that chastises women’s sexual behavior, the Colombian

one exposes the link between “zorra” and man’s sexual entitlement and sexual aggression—see (11) and (12):

- (11) “¡Esa chava es una zorra! Los chismes forman parte de la violencia comunitaria. Las personas tenemos derecho a la libertad, expresión y autonomía sexual [This girl is a vixen! Gossiping is part of the violence of a community. People have the right of freedom, expression, and sexual autonomy] (Mexico 2019)
- (12) ¡Por Zorra! Te voy a violar. [Because you are a vixen! I am going to rape you] (Colombia 2021)

The metaphors “animal”, “porca” [pig], “burra” [donkey], “cougar”, “gata” [cat], “víbora” [viper], “vaca” [cow], “mariposa” [butterfly], “insecto” [insect] and “bird” are also registered in the corpus. “Butterfly” is used as a metaphor of metamorphosis and hope to describe women who flee from domestic violence in “Volamos juntas” [We fly together] (Spain 2021). The poster displays faces of women in the shape of the wings of a butterfly to encourage victims of abuse to seek change and freedom (“El vuelo”, 2021). In like manner, Cambodia exploits the associations of liberty and autonomy attached to flying animals in a campaign that represents victims of domestic violence as birds trapped in a cage, as seen in its motto “Cage bought to hold wandering animals. Modified to punish straying wives”, which, in turn, is illustrated with a wooden cage and a woman (“Domestic Violence”, 2023). The same metaphor resurfaces in the Spanish campaign for the International Day against Gender Violence (2014). This time, however, the cage where the woman is trapped is placed inside the mind of the male abuser to suggest his (psychological) control over her (Sánchez-Montilla, 2005: 40).

In “Putá, porca, burra” [Slut, pig, donkey] (Spain 2014), the animal metaphors “porca” (i.e., pig) and “burra” (i.e., donkey) are embedded in derogatory comments made to criticize a woman’s intelligence and cleanliness, for the donkey and the pig represent stupidity and dirtiness in Spanish. The campaign, illustrated with the words “porca” and “burra” made up of photographs of women, draws attention to this form of verbal aggression—see (13) and (14):

- (13) Tú calla que de esto no sabes, burra [You, shut up, because you know nothing, donkey] (Spain, 2014)
- (14) Mira cómo tienes la casa, cerda [Look at how filthy you have the house, pig] (Spain, 2014)

Mexico’s “Ésa es una gata” [That woman is a cat] (2019) and USA’s “Bye Felipe” (2014) use feline metaphors with a strong sexual charge (López-Rodríguez, 2009) to criticize the verbal abuse women endure because of their sexual behavior. The first one explicitly exposes the violence and debasement expressed when calling a woman “gata” (i.e., cat), a metaphor that describes a spiteful and lewd woman, and even a sex worker: “Ésa es una gata. Expresión violenta que denigra a la persona” [She is a cat. Violent expression that denigrates a person]. The second one uses a screenshot from OKCupid to illustrate the sexualization of women on dating websites: “Cougar, talk to me! Did you enjoy my pics?”

The Spanish campaigns “Si soy una vaca” [If I am a cow] (2020) and “Si soy una víbora” [If I am a viper] (2020) re-appropriate the animal slurs “cow” and “viper”,

typically applied to overweight and evil women, respectively, to praise mothers who breastfeed their babies and women who have a strong self-esteem—see (15) and (16):

- (15) Si soy una vaca es porque alimento a mis hijos [If I am a cow is because I breastfeed my children] (Spain, 2020)
 (16) Si soy una víbora es porque nadie me pisa [If I am a viper is because nobody steps on me] (Spain, 2020)

“Siempre actuar, nunca mirar” [Always act, never watch] (Spain 2008) compares a battered woman with an insect that has fallen prey into a spider’s web. Framing abusive relationships in terms of a male predatory spider catching and killing its female prey, the campaign presents the vulnerability of a woman and the lethal consequences of being in a relationship with a male abuser, symbolized through a venomous arachnid. Finally, India’s “Treated Worse than Animals” (2023) identifies victims of domestic violence with animals to denounce institutional and gender-based violence. Illustrated with photographs of battered women lying on the floor next to animals, the campaign advocates for the human dignity of women who suffer violence (Rau, 2013).

Aware of the negative connotations attached to zoomorphic slurs, several gender-based violence campaigns pun on the literal and figurative senses of animal metaphors and even re-appropriate gender stigmatizing labels as a mechanism to discard the application of such terms to women and to neutralize their offensive import (Galinsky et al., 2013; Popa-Wyatt, 2020). Yet, given that no empirical research has been carried out regarding the impact of the campaigns analyzed on the general public, the use of zoomorphic metaphors that are deeply embedded in the collective imagination of sexism seems, at least, controversial, especially considering the use of pictures of real animals along with photographs of women in some of the campaigns’ posters and videos. In other words, whether the iconography of the bestial feminine used in these campaigns may help raise awareness of violence against women or, on the contrary, may contribute to its perpetuation and legitimization falls outside the scope of this paper but it is, undoubtedly, an interesting field for future empirical research.

4. CONCLUSIONS

This study has analyzed the animal metaphors used in 39 public-awareness campaigns that run between 1998 to 2023 across 21 countries. Using Conceptual Metaphor Theory as the methodological framework, the results showed that these campaigns tend to reproduce zoomorphic tropes that are deeply ingrained in the collective imagination of sexism and violence against women. In fact, despite the cultural and linguistic differences of the 21 countries where the campaigns have been produced, there are striking similarities in the use of the animal metaphors representing male abusers and female victims, which, somehow, mirrors gender stereotypes that associate men and women with wild and domestic creatures, respectively. Male batterers are, indeed, seen as predatory, menacing, dangerous and toxic animals, for they are “beasts”, “vultures”, “octopuses”, “roosters”, “pigs”, “spiders”, and “fighting dogs”, whereas females are portrayed as vulnerable, domestic, sexualized, and trapped creatures, since they are depicted as “insects”, “bitches”, “cats”, “pigs”, “donkeys”, “vixens”, and “caged birds”.

Despite the original good intent of raising awareness of and trying to eradicate all sorts of violence against women, the campaigns analyzed recur to the zoomorphic

scenario that male perpetrators often employ to legitimize their heinous actions and female victims recall in their traumatic experiences. Hence, although unwittingly, these campaigns may contribute to the reinforcement and perpetuation of the repertoire of animal metaphors associated with sexism and gender-based violence. Furthermore, because the animal metaphors applied to women outnumber those used to represent male abusers, the campaigns seem to place the focus on female victims instead of on male abusers, whose ideologies and behaviors are really the core of the problem (Azabal, 2020; Oddone, 2017). In this regard, research has shown that gender-based violence campaigns are more effective when targeting men, whose mentality and conduct need to be changed to safeguard women's integrity and life (Kodwo, 2023; Oddone, 2017).

Finally, in Lévi-Strauss words (1968: 10), animals are essential in people's lives not only because they are good to eat, but also because they are good to think with. Therefore, the analysis of the animal metaphors that inform gender-based violence campaigns across the globe deserves further examination, particularly in light of the similarities between this type of language and misogynistic and gender-based violence discourses. Hence, despite the numerous shortcomings of the present research (e.g. its theoretical nature and its limited use of campaigns), this study has attempted to shed some light on how gender-based violence campaigns often reproduce zoomorphic tropes that permeate the speech of male batterers and resonate in the traumatic experiences of female victims of gender-based violence.

FUNDING

Funding for this research project was obtained through the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (research grant no.756- 2023-0001).

WORKS CITED

- #Balancetonporc. (2018). <https://16days.thepixelproject.net/the-pixel-project-selection-2017-16-striking-anti-violence-campaigns-for-the-cause-to-end-violence-against-women/>
- #CambiaElTrato. (2018). <https://www.lavanguardia.com/vida/20181115/452949014235/campana-viral-violencia-machista-cotidiana-hombres-fundacion-avon-argentina.html>
- #ViolenciaES. (2019). <https://ibero.mx/sites/all/themes/ibero/descargables/programa-genero/2022/violenciafinal.pdf>
- ¡Por zorra! Te voy a violar. (2021). <https://www.es.amnesty.org/actua/acciones/colombia-mujeres-lgbti-protestas-dic22/>
- ¿Qué clase de animal eres? (2006). <http://buenamente.blogspot.com/2007/06/>
- “Putá”, “Porca” y “Burra” en los carteles de la campaña de Pontevedra. (2014). *La Voz de Galicia*, November 26, 2014. https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/sociedad/2014/11/26/puta-porca-burra-carteles-campana-pontevedra/0003_201411G26P28993.htm
- Adams, Carol (1990). *The sexual politics of meat: A feminist-vegetarian critical theory*. Continuum.
- Adams, Carol J. & Josephine Donovan (Eds.). (1995). *Animals and women: Feminist theoretical explorations*. Duke University Press.

- Adams, Carol J. & Lori Gruen (Eds.). (2014). *Ecofeminism: Feminist intersections with other animals and the earth*. Bloomsbury.
- Almirabi, Maisarah (2022). Influence of gender on sociolinguistic attitudes as reflected in animal metaphors. *International Journal of Arabic Linguistics*, 8(1), 33-52. <https://doi.org/10.34874/PRSM.ijal-vol8.31494>.
- Anderson, Karrin V (1999). Rhymes with rich: Bitch as a tool of containment in contemporary American politics. *Rhetoric and Public Affairs*, 2(4), 599-623. <https://doi.org/10.1353/rap.2010.0082>
- Anés, Almudena (2021). La violencia de género y la tela de araña. *Amnistía Internacional*, March 7, 2021, <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/la-violencia-de-genero-y-la-tela-de-arana/>
- Ayres, Chris (2019). Instagram king, womanizer and wannabe cannabis multibillionaire: We spend a day with Dan Bilzerian, *GQ Magazine*, July 18, 2019. <https://www.gq-magazine.co.uk/lifestyle/article/who-is-dan-bilzerian>
- Azabal, María (2020). *En torno a las campañas publicitarias contra la violencia de género: análisis cualitativo de las campañas desde la perspectiva de género*. MA Thesis. University Complutense of Madrid.
- Bachi, Umberto (2021). Not your bitch: Campaign against sexist dictionaries moves to Italy. March 5, 2021. <https://www.reuters.com/article/idUSL5N2L24C8/>
- Baider, Fabienne & Nicosia Gesuato (2003). Masculinist metaphors, feminist research. *Metaphorik*, 5, 6-35.
- Baker, Robert (1981). "Pricks" and "Chicks": A plea for persons. In R. Baker & F. Elliston (Eds.). *Philosophy and sex* (pp. 45-54). Prometheus Books.
- Balvin, J. (2021). Perra [CD]. Universal Latin Entertainment.
- Beiras, Adriano, Canteras, Leonor & Roberta de Alencar (2015). I Am a Bull! The construction of masculinity in a group of men perpetrators of violence against women in Spain. *Universitas Psychologica*, 14(5), 1525-1538.
- Bello, Pablo (2018). Metáforas zoológicas, lenguaje sexista y violencia de género. <https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-animales/metaforas-zoologicas-lenguaje-sexista-y-violencia-de-genero/>
- Benstead, Urusula (2011). The shark cage: The use of metaphor with women who have suffered abuse. *Psychotherapy in Australia*, 17(2), 70-76.
- Biswas, Priyanka, & Nilanjana Das Chatterjee (2023). Tears behind the closed doors: A logistic analysis of domestic violence against women in West Bengal, India. *Crime & Delinquency*, 3(1), 7-43. <https://doi.org/10.1177/00111287231202784>
- Bock, Jarrod & Melissa Burkley (2019). On the prowl: Examining the impact of Men-as-Predator and Women-as-Prey on attitudes that perpetuate sexual violence. *Sex Roles*, 80 (5), 262–76. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1007/s11199-018-0929-1>
- Bock, Jarrod, Burkley, M. & John Byrd-Craven (2017). Hunting for you: Examining individual differences in implicit associations of women as prey and men as predators. MA Thesis. Oklahoma State University.
- Brandariz, Tania (2021). Los mitos de la violación en el caso de "La Manada". Una crítica a la división patriarcal público/privado. *Investigaciones feministas*, 12(2), 575-585. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.76277>
- Brandes, Stanley (1984). Animal metaphors and social control in Tzintzuntzan. *Ethnology*, 23(3), 207-215.
- Bujok, Melanie (2013). Animals, women, and social hierarchies: Reflection on power relations. *Femminismo e questione animale*, 27(1), 32-47.

- Butts, Edward (2020). Robert Pickton Case. *The Canadian Encyclopedia*, 13, 187.
- Bye, Felipe (2014). https://en.wikipedia.org/wiki/Bye_Felipe
- Ça suffit (2015). <https://www.france24.com/en/20151110-france-tackles-sexual-harassment-public-transport>
- Cage bought to hold wandering animals. Modified to punish a straying wife (2023). <https://www.brandinginasia.com/hammer-used-fix-wife/domestic-violence-cambodia-campaign-women-peacemakers-branding-in-asia/>
- Campana de sensibilización: #Cancela el machismo (2021). *Mancomunidad La Vega Servicios Sociales*. <https://www.mancomunidadlavega.es/atencion-en-la-comunidad/programa-de-igualdad-y-prevencion-de-la-violencia/campana-de-sensibilizacion-violencia-de-genero-2021/>
- Captain Harley's be cool...not cruel (1998). https://www.vichealth.vic.gov.au/sites/default/files/CAS_Paper2_SocialMarketing.pdf
- Caputi, Jane (2004). *Goddesses and Monsters: Women, myth, power, and popular culture*. The University of Wisconsin Press.
- Cedeira, Brais (2017). El beso del Ángel de la manada. *El Español*, 10 December, 2017, p. 39.
- Coates, Linda, Bonnah, Shelley & Cathy Richarson (2019). Beauty and the Beast. Misrepresentation and Social Responses in Fairy-Tale Romance and Redemption. *International Journal of Child, Youth and Family Studies*, 10(1), 119-136. <http://dx.doi.org/10.18357/ijcyfs101201918809>
- Cobos, Francisca (2009). El torbellino de la violencia. Relatos biográficos de mujeres que sufren maltrato. *Atención primaria*, 41(9), 493-500. <http://dx.doi.org/10.1016/j.aprim.2009.02.002>
- Cocoran, Lucy. (2022). Andrew Tate's rise to fame is proof that we are still failing women. *Marie Claire*, August 11, 2022. <https://www.marieclaire.com.au/latest-news/andrew-tate-tiktok-dangerous/>
- Collier, Cheryl N. & Tracey Raney (2018). Understanding sexism and sexual harassment in politics: A comparison of Westminster Parliaments in Australia, the United Kingdom, and Canada. *Social Politics*, 25(3), 111-143. <http://dx.doi.org/10.1093/sp/jxy024>
- Cook, Jamie Lynn (1999). Bitch vs. Whore: The current trend to define the requirements of an actionable hostile environment claim in verbal sexual harassment cases. *J. Marshall Law Review*, 33(1), 465-487.
- Coppess, Kristen (2013). *Batwoman and Catwoman: Treatment of Women in DC Comics*. MA Thesis. Wright State University.
- Corbacho-Sánchez, Alfonso (2009). La discriminación de la mujer en el repertorio paremiológico alemán y su correspondencia en español. *Cadernos de Tradução*, 2(24), 129-158. <https://doi.org/10.5007/2175-7968.2009v2n24p129>
- Danta, Chris (2018). *Animal fables after Darwin: Literature, speciesism, and metaphor*. Cambridge University Press.
- Davidson, Helen (2021). China's feminist protest against wave of online abuse with internet violence museum. *The Guardian*, May 13, 2021. <https://www.theguardian.com/world/2021/may/13/chinas-feminists-protest-against-wave-of-online-abuse-with-internet-violence-museum>
- Davidson, Robert (2018). *The beast I loved: A battered woman's desperate struggle to survive*. WildBlue Press.

- Davies, Sara E., George, Nicole & Jacqui True (Eds.). (2019). *The difference that gender makes to international peace and security*. Routledge.
- Dear Daddy (2016). <https://youngmeninitiative.net/en/2016/12/17/dear-daddy-2/>
- Deignan, Alice (2003). Metaphorical expressions and culture: An indirect link. *Metaphor and Symbol*, 18(1), 255-271. https://doi.org/10.1207/S15327868MS1804_3
- Delgado, Carmen & Andrés Sánchez Prada (2022). Stereotypes about battered women and victim's self-defense: Legal implications. *Journal of Interpersonal Violence*, 37(1), 21019-21044. <https://doi.org/10.1177/08862605211055154>
- Diccionario de la Real Academia española*, <https://dle.rae.es/>
- Domestic Violence Cambodia Campaign Women Peacemakers (2023). <https://www.brandingasia.com/hammer-used-fix-wife/domestic-violence-cambodia-campaign-women-peacemakers-branding-in-asia/>
- Donovan, Robert & Rodney Vlasis (2005). *VicHealth Review of Communication Components of Social Marketing/Public Education Campaigns Focusing on Violence Against Women*. VicHealth.
- Echevarría Isusquiza, Isabel (2011). Refranes y género. *Estudios Humanísticos. Filología*, 33(33), 245-272. <https://doi.org/10.18002/ehf.v0i33.2889>
- Eisikovits, Zvi & Eli Buchbinder (1997). Talking violent. A phenomenological study of metaphors battering men use. *Violence against women*, 3(5), 482-498. <https://doi.org/10.1177/1077801297003005003>
- Ellis-Petersen, Hannah (2019). Rodrigo Duterte calls women at gender-equality event bitches. *The Guardian*, March 12, 2019. <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/12/rodrigo-duterte-calls-women-at-gender-equality-event-bitches-philippines>
- Emanatian, Michelle (1996). Everyday metaphors of lust and sex in Chagga. *Ethos*, 24(2), 195-236.
- Enander, Viveka (2010). Jekyll and Hyde, or Who is this guy? Battered women's interpretation of their abusive partners as a mirror of opposite discourses. *Women's Studies International Forum*, 33(2), 81-90. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2009.09.009>
- Epley, Nicholas, Waytz, Adam & John Cacioppo (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114: 864-886. <https://doi.org/10.1037/0033-295x.114.4.864>
- Erichsen, Kristen, Schrock, Douglas & Pierce Dignan (2020). Bitchifying Hillary: Trump's supporters vilification of Clinton during the 2016 Presidential Election. *Social Currents*, 7(6): 526-542.
- Facts and figures: Ending violence against women (2023). *United Nations Women*. <https://www.unwomen.org/en/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>
- Fairclough, Norman (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Fernandes, Kristina (2021). Translating English WOMAN IS AN ANIMAL metaphor: Spanish native speakers' associations with novel metaphors, *Linguistik*, 108(3): 33-66. <https://doi.org/10.13092/lo.108.7797>
- Fernández Fontecha, Almudena & Rosa María Jiménez Catalán (2003). Semantic derogation in animal metaphor: a contrastive-cognitive analysis of two male/female examples in English and Spanish. *Journal of Pragmatics*, 35(5): 771-797. [http://dx.doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00127-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00127-3)

- Fight Domestic Violence (2001). <https://www.nzherald.co.nz/nz/family-violence-kyle-macdonald-domestic-violence-is-a-male-problem/C2DVBXR4WUTNQFRLF7SUEFH4OQ/>
- Flip the bitch switch (2018). <https://thespinoff.co.nz/society/22-05-2018/flip-the-bitch-switch-self-defence-gets-real-in-rodney>
- Flusberg, Stephen J., Matlock, Teenie & Paul H Thibodeau (2017). Metaphors for the war (or race) against climate change. *Environmental Communication*, 11(6): 769–783. <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1289111>
- Galinsky, Adam D., Wang, Cynthia S., Whitson, Jennifer A., Anicich, Eric M., Hugenberg, Kurt & Galen V. Bodenhausen, (2013). The reappropriation of stigmatizing labels: The reciprocal relationship between power and self-labeling. *Psychological Science*, 24(10): 2020-2029. <https://doi.org/10.1177/0956797613482943>
- Gallagher, Kayla (2022). Trump referred to German Chancellor Angela Merkel as that bitch. *Business Insider*, September 28, 2022. <https://www.businessinsider.com/trump-sarcastically-prayed-for-ruth-bader-ginsburg-2020-2022-9>
- García-Calderón, Gabriela (2015). The campaign against gender-based violence in reggaeton lyrics. February 24, 2015. <https://globalvoices.org/2015/02/24/the-campaign-against-gender-based-violence-in-reggaeton-lyrics-phase-2/>.
- Glick, Peter & Susan T. Fiske (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3): 491-512. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Goatly, Andrew (2006). Humans, animals, and metaphors. *Society & Animals*, 14: 15-37. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1163/156853006776137131>
- Goldernberg, Jamie, Heflick, Nathan, Vaes, Jeroen & Matt Motyl (2009). Of mice and men, and objectified women: A terror management account of infrahumanization. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(6): 1-14. <http://dx.doi.org/10.1177/1368430209340569>
- Green, Dominic (2013). Here’s what domestic violence ads look like in the Middle East. *Business Insider*, March 7, 2013. <https://www.businessinsider.in/heres-what-domestic-violence-ads-look-like-in-the-middle-east/articleshow/21224590.cms>
- Gruen, Lori (1993). Dismantling oppression: An analysis of the connection between women and animals. In G. Gaard (Ed.). *Ecofeminism. Women, animals, nature*. (60-90). Temple University Press.
- Guay, Bertrand (2015). The French campaign targets sexual harassment on public transport. November 10, 2015. <https://www.france24.com/en/20151110-france-tackles-sexual-harassment-public-transport>
- Gutmann, Matthew (2006). *The meanings of macho: Being a man in Mexico City*. University of California Press.
- Gutmann, Matthew (2019). *Are men animals? How modern masculinity sells men short* Basic.
- Hail Bitch! (2022). <https://www.informelles.ca/en-CA/les-16-jours-dactivisme-contre-la-violence-fondee-sur-le-genre/>
- Haslam, Nick, Lughnan, Steve & Pamela Sun (2011). Beastly: What makes animal metaphors offensive? *Journal of Language and Social Psychology*, 30(3): 311-325. <https://doi.org/10.1177/0261927X11407168>

- Hawkins, Bruce (2001). Ideology, metaphor and iconographic reference. *Current Issues in Linguistic Theory*. Eds. René Dirven, Roslyn M. Frank & Cornelia Ilie. John Benjamins, 27-42.
- Heflick, Nathan A. & Jamie L. Goldenberg (2014). Seeing eye to body: The literal objectification of women. *Current Directions in Psychological Science*, 23(3): 225-229. <https://doi.org/10.1177/0963721414531599>.
- Herrero, Javier (2005). The role of metaphor and metonymy as tools of lexical creation: The case of Spanish informal speech. *Odisea*, 6: 97-118. <https://doi.org/10.25115/odisea.v0i6.184>
- Hines, Caitlin (1999). Foxy chicks and playboy bunnies: A case study in metaphorical lexicalization. In M. K. Hiraga, C. Sinha & S. Wilcox (Eds.). *Cultural, typological and psychological perspectives in cognitive linguistics* (pp. 9-23). Benjamins.
- Hit the Bitch (2009). <https://thesocietypages.org/socimages/2009/11/18/hit-the-bitch-danish-anti-domestic-violence-campaign/>
- Hopton, Kathryn, & Susanne Langer (2022). “Kick the XX out of your life”: An analysis of the manosphere’s discursive constructions of gender on Twitter. *Feminism & Psychology*, 32(1): 3-22. doi.org/10.1177/09593535211033461
- Hughes, Geoffrey (1991). *Swearing. A social history of foul language, oaths and profanity in English*. Oxford University Press.
- Hughes, Geoffrey (2000). *A history of English words*. Blackwell.
- Human Rights (2015). <https://www.liberties.eu/en/stories/social-campaign-insults-both-men-and-dog-owners/4132>
- Internet Violence Museum (2021). <https://wunrn.com/2021/06/china-feminists-protest-against-wave-of-online-abuse-with-internet-violence-museum/>
- It’s time to flip the sexist script (2021). <https://www.womensaid.org.uk/its-time-to-flip-the-sexist-script-2/>
- Kassam, Ashifa (2018). “Babes”, “bitches”, and “dogs”. Harassment of female politicians crosses party lines. *Herizons*, 1 January. 2018. www.thefreelibrary.com/Herizons/2018/January/1-p54883/
- Klein, Renate (Ed.) (2013). *Framing sexual and domestic violence through language*. MacMillan.
- Kleinman, Sherryl, Ezzell, Matthew & Corey Frost (2009). Reclaiming critical analysis: The social harms of bitch. *Sociological Analysis*, 3(1): 47-68.
- Kodwo, Emmanuel (2023). Why work with boys and men to end violence against girls and women? <https://www.includovate.com/engaging-men-boys-violence-against-women-girls/>.
- Kövecses, Zoltán (2000). *Metaphor and emotion: Language, culture and body in human feeling*. Cambridge University Press.
- Kövecses, Zoltán (2002). *Metaphor: A practical introduction*. Oxford University Press.
- La provocadora campaña de Dove (2020). <http://www.lasredesdefelix.com/2020/04/la-provocadora-campana-de-dove.html>
- Lacalle, Charo, Gómez Morales, Beatriz, Vicent, Mireya & Sara Narvaiza (2024). “Seals”, “bitches”, “vixens” and other zoomorphic insults: the animalization of women as an expression of misogyny in the Spanish Manosphere. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1): 1-14. <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2298056>
- Lakoff, George & Mark Turner (1989). *More than cool reason: A field guide to poetic metaphor*. Chicago University Press.

- Lakoff, George & Mark Johnson (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lakoff, George & Mark Johnson (2009). The metaphorical logic of rape. *Metaphor & Symbolic Activity*, 2(1): 73-79.
- Lakoff, George & Mark Turner (1989). *More than cool reason: a field guide to poetic metaphor*. University of Chicago Press.
- Lakoff, George (1987). *Women, fire, and dangerous things*. The University of Chicago Press.
- Lavis, Victoria, Horrocks, Christine, Kelly, Nancy & Val Barker (2005). Domestic violence and health care: Opening Pandora's box—challenges and dilemmas. *Feminism & Psychology*, 15(4): 441-460.
- Lawless, Elaine J. (2001). *Women escaping violence: Empowerment through narrative*. University of Missouri Press.
- Lederer, Erin (2012). *Passively ever after: Disney's cinematic abuse in Beauty and the Beast*. MA Thesis. East Carolina University.
- Lee, Spike W. S. & Norbert Schwarz (2014). Framing love: When it hurts to think we were made for each other. *Journal of Experimental Social Psychology*, 54: 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2014.04.007>
- Lévi-Strauss, Claude. (1968). *The savage mind*. Chicago University Press.
- Llamar zorra a la esposa no es un insulto, según la Audiencia Provincial de Murcia. (2011). *El País*, October 3, 2011. https://elpais.com/sociedad/2011/10/03/actualidad/1317592812_850215.html
- Lomotey, Benedicta (2019). Women, metaphors and the legitimisation of gender bias in Spanish proverbs. *Journal of International Women's Studies*, 20(2): 324-339.
- López-Rodríguez, Irene (2009). Of women, bitches, chickens and vixens: Animal metaphors for women in English and Spanish. *Culture, Language & Representation*, 7: 77–100.
- López-Rodríguez, Irene (2023). An analysis of animal metaphors in episodes of gender-based violence reported in Spanish and Canadian newspapers. *ES Review. Spanish Journal of English Studies*, 44: 81-110. <https://doi.org/10.24197/ersjes.44.2023.81-110>.
- López-Rodríguez, Irene (2024). “Metaphors used by male batterers in cases of gender-based violence: A look at Canadian and Spanish newspapers.” *The Grove. Working Papers on English Studies*, 31: 1-29. <https://doi.org/10.17561/grove.v31.8084>
- Luke, Brian (1998). Violent love: Hunting, heterosexuality, and the erotics of Men's Predation. *Feminist Studies*, 24 (3): 627–55. doi:10.2307/3178583
- Luu, Chi (2016). Bad language for nasty women and other gendered insults. *JSTOR Daily*, November 9, 2016. <https://daily.jstor.org/the-language-of-nasty-women-and-other-gendered-insults/>
- Man not Beast (2023). <https://www.instagram.com/manlikearaga/reel/CsoHAenoYww/>
- Maroon 5 (2014). *Animals On V* [CD]. Interscope Records.
- Maybelline and Hero ask gamers to see through their eyes (2023). February 23. <https://lbbonline.com/news/maybelline-and-hero-ask-gamers-to-see-through-their-eyes>.
- Mebarak, Shakira (2009). *Loba* [CD]. Sony Music.
- Men for Women (2015). [online]. <https://www.liberties.eu/en/stories/social-campaign-insults-both-men-and-dog-owners/4132>
- Merriam-Webster Dictionary*. <https://www.merriam-webster.com/>

- Morales de la Prida, Rocío (2013). *A contrastive study of English and Spanish campaigns against domestic violence*. MA Thesis. University Complutense of Madrid.
- Mullaney, Jamie L. (2007). Telling it like a man: Masculinities and battering men's accounts of their violence. *Men and Masculinities*, 10(2): 222-247. <https://doi.org/10.1177/1097184X06287758>
- Mussolf, Andreas (2012). *The study of metaphor as part of critical discourse analysis*. *Critical Discourse Studies*, 9(3): 301-310. doi:10.1080/17405904.2012.688300
- Nayak, Nandini & Raymond W. Gibbs, (1990). Conceptual knowledge in the representation of idioms. *Journal of Experimental Psychology*, 119: 315-330.
- Nebulossa (2024). Zorra. Discográfica Independiente.
- Nesi, Hilary (1995). A modern bestiary: A contrastive study of the figurative meanings of animal terms. *English Language Teaching Journal*, 49(1): 272-278.
- Nilsen, Allen Pace (1996). Of ladybugs and Billy goats: What animal species tell about human perceptions of gender. *Metaphor and Symbolic Activity*, 11(1): 257-271.
- No seas animal (2018). <https://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2018/01/18/no-seas-animal-campana-con-que-junta-andalucia-quiere-acabar-con-acoso-callejero-1219617-310.html>
- No seas animal (2018). *El español*, January 19, 2018. https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/20180119/noseasanimal-la-campana-de-junta-andalucia-callejero/278472228_0.html
- Norway's *Dear Daddy* film breaks dads' hearts (2015). *The Local Norway*, December 11, 2015. <https://www.thelocal.no/20151211/norways-dear-daddy-film-breaks-fathers-hearts>
- Not your Bitch (2021). <https://www.reuters.com/article/idUSKBN2AY0ES/>
- Novak, Monika E. (2012). The trouble with "Bitch": Rethinking the seventh circuit's approach to causation in sexist harassment cases. *Seventh Circuit Review*, 8(1): 152-165.
- Oddone, Crisina (2017). Poner el foco en los hombres para eliminar la violencia contra las mujeres, *Revista CIDOB d'Afers Internacional*, 117: 145-172.
- Only animals can't control their lust. Stay human. Stop harassment (2019). <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/i-m-not-an-animal>
- Ostlere, Lawrence (2017). Iliea Nastase sparks Fed Cup chaos with foul-mouthed outburst in Romania vs GB. *The Guardian*, April 22, 2017, <https://www.theguardian.com/sport/2017/apr/21/ilie-nastase-faces-censure-racist-comments-serena-williams-tennis>.
- Paris, Roland (2002). Kosovo and the metaphor war. *Political Science Quarterly*, 117(3): 423-450. <https://doi.org/10.2307/798263>
- Pérez, Carmelo (2001). The emotional control metaphors. *Journal of English Studies*, 3(2): 179-192. <https://doi.org/10.18172/jes.76>
- Perry, Douglas (2015). Sex kitten Anna Kournikova's real legacy: Her Australian Open titles with rival Martina Hingis. *Oregon Life*, January 26, 2015. https://www.oregonlive.com/the-spin-of-the-ball/2015/01/sex_kitten_australian_open_cha.html
- Phillips, Tom (2022). I'd eat an Indian: rivals seize on unearthed Bolsonaro cannibalism boast. *The Guardian*, October 9, 2022. <https://www.theguardian.com/world/2022/oct/09/brazil-jair-bolsonaro-cannibalism-boast>
- Popa-Wyatt, Mihaela (2020). Reclamation: Taking back control of words. *Grazer Philosophische Studien*, 1: 159-176.

- Pragglejazz Group (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 22(1): 1–39. doi:10.1080/10926480709336752.
- Puta, Porca, Burra (2014). https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2014/11/26/puta-porca-burra-carteles-campana-pontevedra/0003_201411G26P28993.htm
- Ramírez, Ángela (2015). *Análisis de las campañas de prevención de la violencia de género*. MA Thesis. University of Valladolid.
- Rau, Shantha (2013). Treated worse than animals. Abuses against women and girls with psychosocial or intellectual disabilities in institutions in India. from <https://www.hrw.org/report/2014/12/03/treated-worse-animals/abuses-against-women-and-girls-psychosocial-or-intellectual>
- Rebollo, María de los Ángeles., Cala, María Jesús, Vega, Luisa, Godoy, María Salud, Sabuco, Assumpta & Rafael García (2010). Metáforas emocionales en el proceso de recuperación de mujeres víctimas de violencia de género. In I. Vázquez (Ed.). *Investigaciones multidisciplinares en género* (871-886). Universidad de Sevilla.
- Reuter, Martina (2007). The significance of gendered metaphors. *Nora. Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 14(3): 151-169. 10.1080/08038740701204265
- Reynolds, Catherine & Nick Haslam (2011). Evidence for an association between women and nature: An analysis of media images and mental representations. *Ecopsychology*, 3(1): 59-64. <https://doi.org/10.1089/eco.2010.0014>
- Robb-Jackson, Carley & Sandra Campbell (2022). Healthy relationships campaign: Preventing and addressing family and gender-based violence. *Journal of Military, Veteran and Family Health*, 8(1): 125-130.
- Robinson, Michael D., Bair, Jessica L., Liu, Tianwei, Scott, Matthew J. & Ian Penzel Penzel (2017). Of tooth and claw: Predator self-identifications mediate gender differences in interpersonal arrogance. *Sex Roles*, 77(3-4): 272-286. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0706-y>
- Rowe, Don (2018). Flip the bitch switch. <https://thespinoff.co.nz/society/22-05-2018/flip-the-bitch-switch-self-defence-gets-real-in-rodney>
- Rucker, Philip (2018). “Like a dog”: Trump has a long history of using canine insults to dehumanize enemies. *The Washington Post*, August 14, [2018]. https://www.washingtonpost.com/politics/like-a-dog-trump-has-a-long-history-of-using-canine-insults-to-dehumanize-enemies/2018/08/14/d0c67fb8-9fce-11e8-83d2-70203b8d7b44_story.html
- Ruiz, Elena & Javier Herrero (2005). New perspectives on the People Are Animals metaphor. *Interlingüística*, 16(2): 93-141.
- Sakalauskaite, Aida (2010). *Zoometaphors in English, German and Lithuanian: A corpus study*. PhD Thesis. University of California Berkley.
- Sánchez-Montilla, Miriam (2015). *Approaching domestic violence from a multimodal perspective. A multilingual contrastive study on anti-domestic violence Campaigns*. MA Thesis. University Autónoma of Madrid.
- Santa Ana, Otto (1999). “Like an animal I was treated.” Anti-immigrant metaphor in US public discourse. *Discourse & Society*, 10(2): 191-224. <https://doi.org/10.1177/0957926599010002004>
- Semino, Elena (2008). *Metaphor in discourse*. Cambridge University Press.
- Semino, Elena, Demjén, Zsófia, & Jane Demmen (2018). An integrated approach to metaphor and framing in cognition, discourse, and practice, with an application to metaphors of cancer. *Applied Linguistics*, 39(5): 625-645. <https://doi.org/10.1093/applin/amw028>

- Shahid, Mounsshafa., Abdulaziz, Maimoona, Waseem, Saira, & Samana Batool (2022). Semantic derogation in animal metaphors: A case study of Aesop's fables. *Harf-o-Sukhan*, 6(2): 477-487.
- Sharp, Gwen (2009). Hit the bitch. Danish anti-domestic violence campaign. *Sociological Images*, November 18, 2009. <https://thesocietypages.org/socimages/2009/11/18/hit-the-bitch-danish-anti-domestic-violence-campaign/>.
- Shaw, Frances (2016). Bitch I said hi: The Bye Felipe campaign and discourse activism in mobile dating apps. *Social Media + Society*, 2(4):1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305116672889>
- SheIsABitch (2021). <https://mediabrief.com/wiggles-sheisabitch-campaign/>
- Si soy una zorra. Si soy una perra. Si soy una víbora. Si soy una vaca es porque... (2020). <http://www.lasredesdefelix.com/2020/04/la-provocadora-campana-de-dove.html>
- Silaški, Nadezda (2013). Animal metaphors and semantic derogation: Do women think differently from men? *Verista*, 10: 319-331. 10.2478/genst-2013-0020
- Sinderski, Rafaela. & Maria Esperidião (2023). Political scene causes misogynistic attacks on female journalists to increase by 300%. <https://www.abraji.org.br/publicacoes/political-scene-causes-misogynistic-attacks-on-female-journalists-to-increase-by-300>
- Sloan, Rebecca (2019). Wild black female bodies in advertising. <https://medium.com/@rebeccaleesloan/wild-black-female-bodies-in-advertising-a04f7972bb3>
- Špago, Dzermal (2022). Animal names as insults: A look through the lens of Bosnian. *SKASE Journal of Theoretical Linguistics*, 19(2): 53-68.
- Šorm, Ester & Gerard Steen (2013). Processing visual metaphor: A study in thinking out loud. *Metaphor and the Social World*, 3(1): 1-34.
- Speak up like humans, don't be violent like animals (2016). <https://sloganshub.org/domestic-violence-slogans/>.
- Spread the Word (2007). <https://www.dailymotion.com/video/x173mx>
- Stewart, John D.M. (2006). Mr. MacKay's remarks have a long, unfortunate pedigree. *The Globe and Mail*, October 25th, 2006. <https://www.theglobeandmail.com/opinion/mr-mackays-remarks-have-a-long-unfortunate-pedigree/article732518/>
- Stibbe, Arran (2003). As charming as a pig: The discursive construction of the relationship between pigs and humans. *Society & Animals*, 11(4): 375-392.
- Taddeo, Lisa (2021). *Animal*. Simon & Schuster.
- Talebinejad, M Reza. & Hossein Dastjerdi (2005). A cross-cultural study of animal metaphors: When owls are not wise! *Metaphor and Symbol*, 20: 133-150. http://dx.doi.org/10.1207/s15327868ms2002_3
- The 16 Days of Activism Against Gender-Based Violence (2022). <https://www.informelles.ca/en-CA/les-16-jours-dactivisme-contre-la-violence-fondee-sur-le-genre/>
- The secret humiliation of Romania's star gymnast Comaneci (2021). *France 24*, April 18, 2021. <https://www.france24.com/en/live-news/20210418-the-secret-humiliation-of-romania-s-star-gymnast-comaneci>.
- Thibodeau, Paul H, & Lera Boroditsky (2013). Natural language metaphors covertly influence reasoning. *PLOS ONE*, 8(1): 529-561. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0052961>

- Thibodeau, Paul H. & Lera Boroditsky (2011). Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning. *PLOS ONE*, 6(2): 167-198. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0016782>
- Thicke, R. & Pharrell Williams, T. I. Blurred lines [CD]. Interscope Records.
- This is a Bitch (2013). https://www.nsvrc.org/sites/default/files/file/just-rural-2013_backbone_zone_postcards.pdf
- Through their Eyes (2023). <https://www.maybelline.com.au/through-their-eyes>
- Tipler, Caroline & Janet B. Ruscher (2019). Dehumanizing representations of women: The shaping of hostile sexist attitudes through animalistic metaphors. *Journal of Gender Studies*, 28(1): 109-118. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1080/09589236.2017.1411790>
- Tranchese, Alessia & Lisa Sugiura (2021). “I don’t hate all women, just those stuck-up bitches”: How incels and mainstream pornography speak the same extreme language of misogyny. *Violence against Women*, 27(14): 2709–34. [10.1177/1077801221996453](https://doi.org/10.1177/1077801221996453).
- Treated Worse than Animals (2014). <https://www.hrw.org/report/2014/12/03/treated-worse-animals/abuses-against-women-and-girls-psychosocial-or-intellectual>
- Tsegah, Marian (2016). *Making a Difference: A study of the social marketing campaign in awareness creation of gender-based violence in Ghana*. PhD Dissertation. University of Sussex.
- Un juez dice que zorra no es un insulto (2021). *20 Minutos*, October 4, 2021. <https://www.20minutos.es/noticia/1178061/0/sentencia-zorra/reacciones/cgpi-sindicatos-asociacion/>
- Urban Dictionary*. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=gorilla%20rape>
- Usa la razón (2014). <https://senorcreativo.com/usa-la-razon-la-campana-que-hace-visible-la-violencia-machista-en-el-reggaeton/>
- Vallejo, Bernabé (2018). *Las campañas contra la violencia de género en España. Evaluación y diagnóstico*. BA Thesis. University of Valladolid.
- Vidon, Maya (2017). French women go after sexual abusers with OUT YOUR PIG campaign. *USA Today*, 2017. <https://eu.usatoday.com/story/news/world/2017/11/22/french-women-go-after-sexual-abusers-out-your-pig-campaign/884931001/>
- Villanueva, Diana (2013). Savage beauty: Representations of women as animals in PETA’s campaigns and Alexander McQueen’s fashion shows. *Feminismos*, 10: 147-175.
- Violence against women (2023). *World Health Organization*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>
- Vivir junto a una bestia no es siempre un cuento de hadas (2017). <https://www.losreplicantes.com/articulos/vivir-junto-bestia-no-cuento-hadas-campana-violencia-machista-ecuador/>
- Volamos juntas (2021). <https://valenciareport.com/2021/11/24/purple-rain-the-region-prepares-to-protest-against-gender-violence-tomorrow/>
- VOX y el antifeminismo (2019). *The HuffPost*, 14 June, 2019. www.huffingtonpost.es/entry/el-rifirrafe-entre-espinosa-de-los-monteros-vox-y-jesus-marana-en-hoy-por-hoy-le-enciendo-la-cara-de-color-rojo_es_5d0365bae4b0dc17ef07bcfe.html
- Vujković, Violeta & Milica Vuković-Stamatović (2021). What a kitty! Women’s physical appearance and animal metaphors in Montenegro. *SLOVO*, 34 (1): 1-22. [10.14324/111.444.0954-6839.1239](https://doi.org/10.14324/111.444.0954-6839.1239).

- Wang, Jianwei (2022). A comparative study of animal metaphors in Chinese and English. *Studies in English Language Teaching*, 10(1): 126-143. 10.22158/selt.v10n1p126.
- Wang, Xingyuan, Ming, Mingming, & Yuqiao Zhang (2020). Are “people” or “animals” more attractive? Anthropomorphic images in green-product advertising. *Journal of Cleaner Production*, 276: 122719-122754.
- Waśniewska, Malgorzata (2018). A *Dog* or a *Wolf*—The role of connotations in animalistic metaphors and the process of dehumanisation. *Language & Didactics*, 3: 1-17.
- We help deal with all kinds of animals (2008). <https://www.trendhunter.com/trends/shockvertising-rspca-campaign-in-australia-gets-ugly>
- Words Hurt (2013). <https://www.businessinsider.com/lebanese-anti-domestic-violence-ads-2013-3>
- Zorra es guarra. Zorro es listo. Sí, claro (2021). <https://saltsexual.sidastudi.org/ca/registro/a53b7fb37d3224a5017d721017af0136>
- Zorra. No vales para nada. Duele leerlo. Imaginate vivirlo (2019). <https://www.larazon.es/murcia/20191118/dy6efldhkvfv7eh6ia2u7224ka.html>



Una aproximación al análisis del humor verbal en interacciones publicitarias en la red social Instagram

An approach to the analysis of verbal humor in advertising interactions on the social network Instagram

ANA MANCERA RUEDA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA¹
<https://orcid.org/0000-0001-5343-4935>

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-07-26
Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2025-03-03

RESUMEN: Esta investigación se centra en el examen de los mensajes humorísticos publicados por influencers españoles en Instagram y de las respuestas de sus seguidores en esta red social. Por lo tanto, adopta una perspectiva interactiva de análisis del humor mediante el estudio de la co-participación de las partes implicadas en la interacción (Chovanec y Tsakona, 2018). Para ello se siguen los postulados de la Teoría General del Humor Verbal (Attardo y Raskin, 1991) y del modelo pragmático para el estudio del humor elaborado por el grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, 2012; Ruiz Gurillo y Alvarado Ortega, 2013, entre otros) y, tomando como unidad de análisis la secuencia humorística (Attardo, 2001a, 2008), en ella se identifican diversas *marcas e indicadores humorísticos*. Asimismo, se aborda un análisis cuantitativo y cualitativo de los actos de habla más frecuentes en las respuestas, lo que permite elaborar una tipología sobre las reacciones suscitadas entre los internautas por las publicaciones humorísticas de carácter promocional, poniéndolas en relación con los conceptos de *reconocimiento, entendimiento, apreciación y acuerdo* del humor (Hay, 2001).

Palabras clave: humor interactivo, publicidad, influencer, redes sociales, Instagram.

¹ Este artículo es resultado del proyecto de investigación PID2019-104980GB-I00 “El humor interaccional en español. Géneros orales, escritos y tecnológicos” (MCIN/AEI/10.13039/501100011033) (2020-2024).

ABSTRACT: This research focuses on the examination of humorous messages posted by Spanish influencers on Instagram and the responses of their followers on this social network. Therefore, it adopts an interactional perspective of humour analysis by studying the co-participation of the parties involved in the interaction (Chovanec and Tsakona, 2018). To this end, the postulates of the General Theory of Verbal Humour (Attardo and Raskin, 1991) and the pragmatic model for the study of humour developed by the GRIALE group (Ruiz Gurillo, 2012; Ruiz Gurillo and Alvarado Ortega, 2013, among others) are followed and, taking the humour sequence as the unit of analysis (Attardo, 2001a, 2008), various *humour marks* and *indicators* are identified. Furthermore, a quantitative and qualitative analysis of the most frequent speech acts in the responses is undertaken, which allows us to elaborate a typology of the reactions aroused among Internet users by humorous publications of a promotional nature, relating them to the concepts of *recognition*, *understanding*, *appreciation* and *agreement* with humour (Hay, 2001).

Key words: interactive humor, advertising, influencer, social media, Instagram.

1. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han transformado de manera significativa las estrategias de marketing en la última década, ya que plataformas como Instagram se han posicionado como espacios privilegiados que propician la interacción entre marcas, influyentes² y consumidores. En tal contexto, los creadores de contenido en los perfiles con mayor número de seguidores se han convertido en intermediarios entre las empresas y sus públicos objetivo, logrando movilizar grandes audiencias y generar *engagement*. La capacidad de los influyentes para integrar mensajes comerciales de manera orgánica, combinando el relato de diversos aspectos de su vida cotidiana con textos promocionales, los convierte en agentes esenciales del marketing digital contemporáneo.

Una de las principales estrategias utilizadas por los influyentes es el uso del humor como recurso efectivo para atraer la atención y provocar empatía entre sus seguidores. Investigaciones precedentes han destacado el potencial del humor para favorecer la viralización de contenidos y propiciar la conexión emocional con la audiencia (Attardo, 2019; Dynel y Chovanec, 2021; Ruiz Gurillo, 2021). No obstante, el impacto del humor en el marketing de influencia constituye una vía de investigación escasamente explorada aún. Por esta razón, el presente artículo se enmarca en un proyecto de investigación más amplio dedicado al análisis de las interacciones humorísticas en entornos digitales, con un enfoque específico en la publicidad difundida a través de la red social Instagram (Mancera Rueda, 2019, 2023, 2024, 2025).

En concreto, el objetivo principal de este trabajo es explorar cómo los influyentes españoles de la *Generación Y* se sirven del humor en sus publicaciones promocionales y cómo sus seguidores reaccionan ante el uso de tal estrategia persuasiva. Para ello, nos serviremos de los postulados de la Teoría General del Humor Verbal (Attardo y Raskin,

² De acuerdo con el *Observatorio de palabras* de la Real Academia Española, los sustantivos *influyente*, *influidor* o *inflenciador* deben utilizarse en lugar del anglicismo *influencer*, para hacer referencia a «una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales» (Real Academia Española, 2020).

1991) y del modelo pragmático desarrollado por el grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, 2012), adoptando también un enfoque metodológico que combine el análisis cualitativo y cuantitativo de los comentarios generados por los seguidores. Las preguntas que guían este estudio son: ¿Qué estrategias humorísticas predominan en las publicaciones de los influyentes españoles de la *Generación Y*? ¿Cómo se integran los elementos humorísticos con los contenidos promocionales en estas publicaciones? ¿Qué tipos de reacciones suscitan estos mensajes humorísticos de carácter persuasivo en los seguidores? ¿Predominan las respuestas humorísticas? ¿En qué medida las respuestas de los seguidores reflejan reconocimiento, entendimiento, apreciación o rechazo hacia el humor empleado?

El artículo se ha organizado del siguiente modo: el epígrafe 2 constituye una revisión del estado de la cuestión referente al marketing de influencia y a su vinculación con el humor interactivo; la metodología empleada en la selección del corpus de mensajes humorísticos de carácter publicitario y de las respuestas de los internautas se explica en 3; en 4 se presentan los resultados del análisis cualitativo y del análisis cuantitativo de los tipos de respuestas identificados; por último, en el epígrafe 5 se sintetizan las conclusiones del trabajo.

2. MARCO TEÓRICO

En este apartado se contextualizan las principales dimensiones teóricas del estudio, atendiendo a las características y condicionantes del discurso en Instagram y al uso del humor como estrategia de marketing.

2.1. EL MARKETING DE INFLUENCIA Y SU VALOR PARA LAS MARCAS

El concepto de *marketing de influencia* se basa en la vinculación que se establece entre una empresa y una serie de personas de gran repercusión social, para «multiplicar el alcance de su comunicación de marca» (Martínez Sanz y González Fernández, 2018: 237). Aúna la comunicación corporativa con la publicidad, a fin de generar un vínculo con el usuario que logre fidelizarlo (Castelló Martínez y Del Pino Romero, 2015). Se trata de una disciplina que surgió en la década de 1960 de la mano del ejecutivo de relaciones públicas Daniel Edelman, para quien la capacidad de las celebridades de influir en las decisiones de compra de los consumidores haciendo valer sus opiniones o sus recomendaciones acerca de un determinado producto resultaba de gran relevancia (Oneto González, Pérez Curiel y Riscart López, 2019).

En la actualidad, existe una importante reflexión académica acerca de los efectos del marketing de influencia en las redes sociales (cfr. los trabajos de Pérez Curiel y Luque Ortiz, 2018; Sixto García y Álvarez Vázquez, 2020; o Ramos Gutiérrez y Fernández Blanco, 2021, entre otros). Sudha y Sheena (2017) lo consideran una extensión del concepto del marketing de boca a boca (*word-of-mouth marketing*) realizado de manera profesional, ya que se centra en un contexto social específico. En cambio, Al-Darraki, Al Mansour y Rezai (2020) lo conciben como un nuevo enfoque del *marketing emocional*, que supone una innovación respecto a los procedimientos convencionales de conexión entre las marcas y los consumidores. No en vano, como advierten Chen y Shupeí (2019), el vínculo emocional entre ambos surge en virtud de la mediación de *usuarios comunes*, a través de discursos acerca de realidades cotidianas; y es precisamente la capacidad del

influyente para empatizar con otras personas lo que le lleva a convertirse en una *celebridad en línea*, gracias a la publicación de mensajes en los que prevalece este tipo de discursos.

La popularización de las redes sociales ha transformado el discurso publicitario, promoviendo una interacción multimodal donde convergen texto, imagen y vídeo. Instagram, en particular, constituye una plataforma de carácter visual y social que fomenta el *engagement* mediante contenido atractivo y emocional (De Veirman, Cauberghe y Hudders, 2017). Esta red social se ha consolidado como un espacio estratégico para el marketing digital debido a su capacidad para conectar marcas con audiencias de manera directa y personalizada. Instagram permite a los creadores de contenido integrar mensajes comerciales en sus publicaciones, muchas veces mediante narrativas de estilo personal que buscan provocar empatía (Chen y Shupej, 2019). Su estructura multimodal potencia la interacción, al combinar elementos textuales, visuales y audiovisuales, lo que aumenta el impacto persuasivo de las estrategias empleadas. En esta red social³ los internautas pueden crear una nota de aviso que indique que determinada publicación constituye una *colaboración pagada con @marca*, un *video publicitario*, o un *contenido patrocinado por @marca*. Otra práctica generalizada consiste en colocar al principio o al final de la publicación la abreviatura *PUBLI*, o las etiquetas *#ad* (*advertisement*) o *#sponsored*. Sin embargo, no siempre se avisa a los seguidores del carácter publicitario de un contenido.

En este contexto, las marcas buscan continuamente estrategias más atractivas para captar la atención del público. Una de estas estrategias es el uso del humor, que se ha convertido en una herramienta clave para generar vínculos emocionales con los consumidores y fomentar la viralización de los mensajes publicitarios.

2.2. EL HUMOR COMO HERRAMIENTA PERSUASIVA EN EL MARKETING DIGITAL

El humor se ha consolidado como una herramienta efectiva en el ámbito del marketing, especialmente en contextos digitales (cfr. Pano Alamán y Mancera Rueda, 2016, 2020 o Manero Richard, 2022, entre otros trabajos). Su capacidad para atraer la atención, fomentar la empatía y estimular reacciones emocionales lo convierte en una estrategia publicitaria sumamente eficaz (Duque Gómez, 2021). En las redes sociales, el humor no solo potencia la viralización de los mensajes, sino que también refuerza la percepción de cercanía de los seguidores con los influyentes cuyas publicaciones leen con asiduidad (Padilla Herrada, 2021).

El uso del humor en marketing digital se articula a través de diversas estrategias, como la ironía, el sarcasmo, la exageración y los juegos de palabras. Estas tácticas buscan provocar reacciones positivas en los seguidores, incrementando tanto su implicación como su predisposición positiva hacia el producto promocionado. Además, estudios recientes han demostrado que el humor tiene un impacto significativo en el establecimiento de conexiones emocionales entre marcas y consumidores, contribuyendo a la fidelización de clientes (Cestero Mancera y Moreno Martín de Nicolás, 2024a). Para comprender cómo el humor influye en la interacción digital y cómo los usuarios lo interpretan, es fundamental analizarlo desde una perspectiva pragmática e interactiva.

³ Sobre los condicionantes que repercuten en la configuración de los mensajes difundidos en Instagram cfr. Padilla Herrada (2021) o Tarullo (2024), entre otros.

2.3. EL ANÁLISIS DEL HUMOR INTERACTIVO

Chovanec y Tsakona (2018) definen el humor interactivo como aquel que se caracteriza por la negociación conjunta del potencial humorístico de formas, situaciones y enunciados. Ya Hay (2001) aboga por la necesidad de investigar acerca de los conceptos de *reconocimiento*, *entendimiento*, *apreciación* y *acuerdo* del humor. También Attardo (2001b) distingue entre la *capacidad para el humor (humor competence)* –que tiene que ver con las aptitudes del hablante y del oyente para producir y reconocer el humor en el contexto comunicativo en el que se encuentran– y la *actuación del humor (humor performance)* –donde la disposición para apreciar el humor cobra relevancia–.

Frente al proceso normal de interpretación de la comunicación, en el que los participantes albergan siempre expectativas de coherencia (Yus Ramos, 2016), la interacción humorística se basa en una incongruencia que se presenta de manera inesperada para el oyente. Esto le obliga a llevar a cabo una serie de inferencias, en su afán por resolver tal incongruencia e identificar el texto como humorístico (Attardo, 1994). Seis son las fuentes de conocimiento para la explicación del humor verbal identificadas por la Teoría General del Humor Verbal (en adelante, TGHV), de Attardo y Raskin (1991): la oposición de guiones, el mecanismo lógico, la situación, la meta, la estrategia narrativa y el lenguaje. Aunque las limitaciones en la extensión de este trabajo nos impiden abordar el análisis en profundidad de nuestro corpus en relación con todas ellas, algunos de estos conceptos –la oposición de guiones, el mecanismo lógico, la situación y el lenguaje– nos permitirán analizar los textos humorísticos publicados por los influyentes.

Por otra parte, para poder elaborar una tipología sobre las diferentes clases de respuestas con las que los internautas reaccionan ante los contenidos publicitarios en Instagram, nos basamos en la clasificación realizada por Searle (1969)⁴ de los actos de habla en función de su fuerza ilocutiva, lo que le permite distinguir entre actos de habla *representativos* o *asertivos*, *directivos*, *comisivos*, *declarativos* y *expresivos*.

Como unidad de análisis del humor se ha establecido la *secuencia humorística*, definida por Attardo (2001a, 2008) como una unidad estructural y temática que concluye bien con un enunciado humorístico integrado en la estructura del texto –al que se denomina *gancho (jab line)*–, o bien con el último enunciado de dicho discurso, de carácter humorístico –llamado *remate (punch line)*–.

A lo largo de la secuencia humorística puede encontrarse una serie de *marcas* e *indicadores humorísticos*. En el modelo pragmático desarrollado por el grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, 2012, 2014, 2021; Ruiz Gurillo y Alvarado Ortega, 2013, entre otros), se considera *marca* cualquier elemento que permite inferir la existencia de humor –ya sea lingüístico, paralingüístico o extraverbal–, mientras que un *indicador* es cualquier elemento que se comporta como humorístico en el contexto objeto de análisis. Pueden actuar como marcas del humor las oposiciones semánticas, las contradicciones lógicas y las rupturas de expectativas, mientras que los indicadores humorísticos abarcan elementos como remates, ironías y exageraciones. Estudios como los de Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo (2018, 2021) y Cestero Mancera y Moreno Martín de Nicolás (2024b) han establecido tipologías que facilitan la identificación y la clasificación de estos elementos

⁴ Según Gancedo Ruiz (2019): «La clasificación realizada por Searle goza de vigencia ya que numerosos autores afirman actualmente considerarla una base adecuada de trabajo (Moreno Cabrera 1994 [2004], Culpeper y Archer 2008, Albelda *et alii* 2014, Campos Carrasco 2016, entre otros muchos)».

en distintos contextos discursivos. En el caso de Instagram, la multimodalidad potencia la efectividad del humor al combinar texto, imagen y vídeo, ampliando las posibilidades de interpretación y resonancia emocional (Bateman, 2014).

3. METODOLOGÍA

Este apartado describe el enfoque metodológico adoptado en el estudio, así como los criterios de selección de la muestra, las herramientas utilizadas y el proceso de análisis, organizados en subapartados dedicados al método cuantitativo y cualitativo.

3.1. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

El corpus objeto de análisis se basa en veinte mensajes de carácter humorístico difundidos por influyentes españoles en Instagram (Tabla 1) y en los 14 735 comentarios a dichos mensajes publicados por sus seguidores, como respuesta a dichos mensajes. La clasificación de los cien creadores de contenido de mayor relevancia en España realizada por la revista *Forbes* en 2023 se ha tomado como referencia para la selección de los perfiles. Con el fin de lograr una cierta homogeneidad generacional, solo hemos tomado en consideración los perfiles de influyentes nacidos entre 1980 y 2000, es decir, aquellos pertenecientes a la *Generación Y*⁵. Como demuestra el *Estudio de redes sociales 2024* (IAB Spain, 2024), un porcentaje importante de los seguidores de estos líderes de opinión son mileniales –el 80 %, en su mayoría mujeres–. Según ponen de relieve Martínez Sanz y González Fernández (2018: 236): «Este colectivo [...] no entiende el mundo sin Internet; es más, la Web representa una de sus principales fuentes de información, además, de ser los principales impulsores del consumo en línea». Por lo tanto, de aquellos influyentes que figuran en la lista de *Forbes* por su elevado número de seguidores en Instagram se han escogido únicamente los que pueden adscribirse a esta generación.

Asimismo, en la selección del corpus hemos descartado los perfiles que no publican *posts* humorísticos y aquellos que suelen difundir exclusivamente contenidos en inglés y documentos audiovisuales que no aparecen acompañados por mensajes textuales, dado que la finalidad de esta investigación es analizar las manifestaciones del humor verbal en este tipo de mensajes en español. Además, se seleccionaron perfiles equilibrados en género (11 mujeres y 9 hombres), para garantizar diversidad. En concreto, se analizó un *posts* por perfil; dicho mensaje fue escogido de manera aleatoria entre los publicados por cada influyente.

Los 14 735 comentarios de los seguidores de los veinte perfiles seleccionados fueron extraídos por medio de *ExportComments* el 20 de enero de 2024. Se han analizado todos los comentarios descargados gracias a esta herramienta, no únicamente los que contenían muestras de humor verbal.

Según la práctica habitual, no se muestran los datos identificativos de los internautas cuyos comentarios se incluyen en este trabajo, ni sus imágenes de perfil; únicamente los de los influyentes. Sin embargo, queremos destacar el hecho de que todos los textos consultados eran de acceso público en las fechas de elaboración del corpus, de ahí que puedan ser reproducidos con fines académicos y científicos.

⁵ En este estudio se emplean de manera intercambiable los términos *millennial* y *Generación Y*.

Tabla 1. Perfiles analizados

INFLUYENTES MUJERES	Número de seguidores	Publicación analizada	Respuestas analizadas
Ac2ality (@ac2ality):	371 000	https://www.instagram.com/p/C3vMbTzom7/	25
Laura Escanes (@lauraescanes):	1.9 millones	https://www.instagram.com/p/CIga5iILGa5/?img_index=3	343
Aída Domenech (@dulceida):	3.3 millones	https://www.instagram.com/p/C3BLm7xi0bM/	230
Inés Hernand (@ineshernand):	531 000	https://www.instagram.com/p/C3AYGRPqmfl/	42
Estefanía Unzu (@verdeliss):	1.4 millones	https://www.instagram.com/p/C3yYv9Gs-0N/	116
Mara Jiménez (@croquetamente):	486 000	https://www.instagram.com/p/Cy3SGO7IVic/	84
Henar Álvarez (@henarconh_):	707 000	https://www.instagram.com/p/Czt89eXq8Fu/	134
Tamara García (@grtamara):	289 000	https://www.instagram.com/p/C3f_aSIYy1/	89
Marta Ratolina (@heyratolina):	479 000	https://www.instagram.com/p/CBgK1SmDcJi/	100
Eva Soriano (@evasoriano):	708 000	https://www.instagram.com/p/DAvd2TMCaxz/?img_index=1	5000
María Pombo (@mariapombo):	3.2 millones	https://www.instagram.com/p/Ctbau7QoYZU/	3685
INFLUYENTES HOMBRES	Número de seguidores	Publicación analizada	Respuestas analizadas
David Cánovas (@thegrefg):	7.5 millones	https://www.instagram.com/p/Cb50zfmowtM/	169
Gotzon Mantuliz (@gotzonmantuliz):	696 000	https://www.instagram.com/p/C3AYGRPqmfl/	54
Ibai Llanos (@ibaillanos):	10.2 millones	https://www.instagram.com/p/CBgK1SmDcJi/	4208
Germán Sánchez (@gersanc_):	369 000	https://www.instagram.com/p/CvMnRzLNhT4/	78
Alex Sinos (@alexsinos):	247 000	https://www.instagram.com/p/C1Jdr0wN2GV/	39
Juan Alberto García (@Illojuan):	1.5 millones	https://www.instagram.com/p/BiFIFdIh2I/	72
Manuel Huedo (@manuelhuedo):	395 000	https://www.instagram.com/p/Ctb59C4skv-/?img_index=8	71
Carlos Martín (@bycalitos):	371 000	https://www.instagram.com/p/CrgpYYFo_IG/?img_index=2	71
Jesús Segovia (@xusojonas):	1.4 millones	https://www.instagram.com/p/CxYN1MXs-jv/	125

3.2. METODOLOGÍA CUANTITATIVA

Para el análisis cuantitativo se empleó la herramienta *Atlas.ti*, que permitió el etiquetado y la cuantificación de los datos. El proceso metodológico incluyó las siguientes etapas:

1. Codificación de comentarios: cada comentario fue codificado para identificar los actos de habla presentes. En los casos donde un comentario contenía más de un acto de habla, cada acto fue etiquetado de manera individual, permitiendo un análisis más preciso.
2. Clasificación de actos de habla: los actos de habla se categorizaron según la clasificación de Searle (1969), distinguiendo entre actos representativos, directivos, comisivos, expresivos y disyuntivos.
3. Exclusión de datos irrelevantes: Se excluyeron los comentarios redactados en idiomas distintos al español, los duplicados y las menciones que formaban parte de estrategias promocionales preexistentes.

El análisis cuantitativo se centró en calcular la frecuencia de los distintos actos de habla y en identificar patrones en la respuesta de los seguidores a los mensajes humorísticos.

3.3. METODOLOGÍA CUALITATIVA

El enfoque cualitativo complementó el análisis cuantitativo mediante una evaluación más profunda de las marcas e indicadores humorísticos presentes en las publicaciones de los influyentes y en los comentarios de sus seguidores. Para ello, se emplearon las siguientes técnicas:

- a) Análisis del discurso: se estudió el contexto discursivo de cada publicación para identificar los elementos humorísticos empleados por los influyentes y su interacción con el contenido visual.
- b) Identificación de marcas e indicadores: siguiendo los principios de la Teoría General del Humor Verbal y el modelo pragmático del grupo GRIALE, se clasificaron los recursos humorísticos en marcas e indicadores. Las marcas incluyen elementos que activan esquemas humorísticos, mientras que los indicadores refuerzan el potencial humorístico en contextos específicos.
- c) Revisión de las respuestas: se analizaron los actos de habla en función de su relación con las marcas e indicadores humorísticos identificados en las publicaciones. También se evaluó cómo los seguidores reinterpretaron o prolongaron el humor de los influyentes.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS CUALITATIVO

Desde una perspectiva dialógica, las publicaciones de los influyentes en Instagram pueden ser consideradas como *intervenciones iniciativas*⁶, que dan pie a comentarios por parte de sus seguidores; tales comentarios serían *intervenciones reactivas*, «manifestaciones de acuerdo o desacuerdo, de aceptación, aprobación o rechazo de lo que se está diciendo» (Briz Gómez, 2000: 229). En el corpus que hemos analizado, algunos de los textos publicados por los influyentes constituyen intervenciones iniciativas directas, en las que encontramos enunciados interrogativos o imperativos que requieren de una reacción explícita y adyacente:

1a.



Figura 1. Mensaje publicado por Xuso Jones (@xusojones), 19-09-2023, <https://www.instagram.com/p/CxYNI MXs-jv/>. Última consulta: 26-07-2024

No obstante, la mayoría se presentan como intervenciones iniciativas indirectas en las que el influyente manifiesta una opinión o narra una anécdota:

⁶ Cfr. la propuesta de segmentación de unidades del discurso oral del Grupo Val.Es.Co. (2014), que puede ser extrapolada a otros géneros discursivos.

2a.



Figura 2. Mensaje publicado por Henar Álvarez (@henarconh_), 16-11-2023, https://www.instagram.com/p/Czt89eXq8Fu/henarconh_. Última consulta: 26-07-2024

Habitualmente, el texto sirve como presentación de un vídeo de carácter humorístico, como sucede en (2a), donde Henar Álvarez promociona una marca de refrescos carbonatados con un clip de vídeo con el que supuestamente pretende provocar en sus seguidores una Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma (conocida comúnmente como ASMR, por sus siglas en inglés)⁷, al arañar un plato con el tenedor o sorber de manera ruidosa la bebida promocionada. El humor en esta publicación multimodal⁸ radica en una violación de la máxima de calidad (Grice, 1975), puesto que dichos ruidos no suelen suscitar una sensación placentera en quienes los escuchan. A pesar de que adopte la forma de una intervención iniciativa indirecta, lo esperable es que esta desencadene una serie de comentarios por parte de sus seguidores. Algunos de ellos se limitan a mencionar el perfil de otros internautas:

2b. @usuario

Esto podría interpretarse como una muestra de reconocimiento y entendimiento del humor, al pretender compartir esta publicación humorística con otros internautas que, quizás, al no ser seguidores de la persona influyente, no han tenido la oportunidad de leerla, o no han reparado en ella.

⁷ Se trata de la sensación relajante y placentera experimentada como respuesta a ciertos estímulos sensoriales, como susurros, sonidos suaves o movimientos repetitivos.

⁸ El análisis del carácter multimodal de la comunicación digital excede los objetivos de este artículo. Véanse los trabajos de Kress y Van Leeuwen (2002), Bateman (2014) y Herring y Dainas (2017) sobre la comunicación multimodal. Además, las investigaciones de Yus Ramos (2019, 2023) y Sampietro (2024) abordan el estudio del humor multimodal.

Entre los comentarios de los internautas encontramos también intervenciones reactivas constituidas por actos asertivos con los que se plasma una respuesta cooperativa, pero carente de humor, por lo que consideramos que tal tipo de mensajes pueden encuadrarse bajo el marbete *elusión del humor*, que hemos acuñado. Por ejemplo, en (1a) recogíamos el texto de un anuncio de Xuso Jones en el que el término *suelista* constituye un indicador humorístico, cuyo significado solo cobra sentido al visualizar el vídeo que lo acompaña, con el que se publicita una fregona. En este vídeo, Jones define al *suelista* como una persona obsesionada con la limpieza del enlosado y muestra distintos comportamientos supuestamente arquetípicos, invitando a sus seguidores a indicar con cuál de ellos se identifican, mediante el enunciado interrogativo: «¿Qué tipo de *suelista* eres tú?». A esta intervención iniciativa directa responden varios internautas:

1b. Mi madre siempre me ha hecho quitarme los zapatos.

1c. YO SOY LAS QUE LES DIGO A MIS VISITAS QUE SE QUITEN LOS ZAPATOS [...].

Asimismo, pueden identificarse actos representativos verbalizados en respuestas evaluadoras a los juicios formulados por el influyente⁹ (3b):

3a.



Figura 3. Mensaje publicado por Estefanía Unzu (@verdeliss), 25-02-2024, <https://www.instagram.com/p/C3yYv9Gs-0N/>. Última consulta: 26-07-2024

⁹ Sobre la rentabilidad de la oralidad coloquial como estrategia publicitaria en las redes sociales cfr. Pano Alamán y Mancera Rueda (2016), Hernández Toribio y Mariottini (2020), Mancera Rueda y Pano Alamán (2021), Duque Gómez (2021), etc.

3b. La zona más cálida de Lanzarote es puerto del Carmen, he vivido ahí 21 años de mi vida [...].

3c. Nosotros estaremos en ese mismo lugar en abril.

Al mensaje reproducido en (3a), en el que Verdeliss ironiza sobre la climatología para promocionar las vacaciones invernales en un hotel de Lanzarote –que muestra en una fotografía junto a su familia–, varios de sus seguidores responden con manifestaciones de *egotismo carente de humor* (Mancera Rueda, 2024), relatando sus propias vivencias (3b) o sus planes de futuro (3c). Según Perls, Hefferline y Goodman (2001), el egotismo constituye un reforzamiento deliberado del propio ego. En Instagram, las actividades de autoimagen por medio de las cuales el influyente muestra una determinada faceta de su ámbito privado a menudo son aprovechadas por quienes leen sus mensajes para difundir sus propias experiencias vitales.

En nuestro corpus, también suponen una elusión del humor las respuestas conformadas por actos directivos. Entre los *actos directivos en beneficio del oyente* (Albelda Marco *et alii*, 2014: 36) predominan los consejos, como se advierte en (4b) y (4c):

4a.



(Mensaje publicado por Manuel Huedo (@manuelhuedo), 13-06-2023, https://www.instagram.com/p/Ctb59C4skv-/?img_index=8. Última consulta: 26-07-2024)

4b. En la 8 tienes un aire a Piqué, para próximas fotos pide que te las hagan sin tu saberlo, son las que mejor reflejan tu esencia!

4c. Deberías sonreír más.

En (4a) Manuel Huedo se sirve de un tipo de *humor autodespreciativo* (Martin *et alii*, 2003), en el que el blanco de la burla lo constituye él mismo, al mostrarse retratado en una serie de fotografías poco favorecedoras. Quizás con los consejos que le dirigen sus seguidores en (4b) y (4c), estos pretendan reparar tales amenazas hacia su imagen y mostrar solidaridad y afiliación.

Asimismo, podemos encontrar entre las respuestas de los internautas *actos directivos en beneficio del hablante* (Albelda Marco *et alii*, 2014: 36). Por ejemplo, resulta habitual que los internautas formulen preguntas que no guardan relación con el propósito promocional perseguido por el influyente (5b), de ahí que estas suelen quedar sin respuesta:

5a.



Figura 4. Mensaje publicado por Laura Escanes (@lauraescanes), 18-11-2022, https://www.instagram.com/p/ClGa5ilGa5/?img_index=1. Última consulta: 26-07-2024

5b. de dónde son los pantalones???? y la chupa omg????

Tampoco las peticiones suelen ser atendidas:

6a.



Figura 5. Mensaje publicado por Dulceida (@dulceida), 06-02-2024, <https://www.instagram.com/p/C3BLm7xi0bM/dulceida>. Última consulta: 26-07-2024

6b. Pueden volver a hacer un vlog de un viaje DulceAlba, aunque solo sea uno y lo publiquen en Instagram. Porfa, porfa.

Asimismo, podemos encontrar manifestaciones de *humor fallido*. Según Bell (2009), cabe hablar de humor fallido cuando el humor no cumple su objetivo principal, es decir, el de divertir al interlocutor. Por lo tanto, en el par adyacente conformado por la intervención iniciativa del influyente y tal tipo de intervenciones reactivas, estas últimas pueden considerarse respuestas no preferidas (Manero Richard, 2025). El propósito humorístico del mensaje publicitario de la celebridad se ve frustrado, ya que los internautas reaccionan ante él con actos disintivos, e incluso con actos descalificativos (Brenes Peña, 2015). Herrero Moreno (2004) define los actos de habla disintivos como actos asertivos o expresivos negativos en los que se manifiesta un desacuerdo o un rechazo hacia la intervención precedente del interlocutor. Por ejemplo, en (7b) se muestra la disensión de un internauta hacia uno de los argumentos expuestos por Henar Álvarez en el anuncio audiovisual que recogíamos en (2a):

7b. Te creo todo, menos qué la Pepsi cero está buena, nada cero puede ser bueno 😊 besos

Pero, además, en las intervenciones reactivas hacia dicha publicación se advierten actos descalificativos con los que se formulan juicios de valor de carácter despectivo, ya sea para degradar el producto anunciado,

7c. Puagggggg, Pepsi. Qué asco. CocaCola siempre

ya sea para proferir críticas hacia la marca promocionada,

7d. Pepsi es financiadora del estado terrorista de Israel

o para censurar el trabajo del influyente:

7e. Por videos como este la gente prefiere coca cola

Incluso para enjuiciar los comentarios de otros internautas:

7f. @usuario y los comentarios de “esta marcar es sionista.. pero me encantas guapa”. estoy flipando

Véase cómo el texto recogido en (7f) comienza con una referencia al perfil de otro internauta lo que, atendiendo a las convenciones de esta red social, puede interpretarse como una apelación directa hacia él.

En estos mensajes no solo se transgrede la máxima de acuerdo formulada por Leech (1983), sino que se realizan ataques hacia la vertiente positiva de la imagen social (Brown y Levinson, 1987) de la marca anunciada (8b) o del propio influyente (8c), como se refleja en las reacciones hacia un anuncio audiovisual en el que David Cánovas publicita una empresa dedicada a la fabricación de gafas:

8a.



Figura 6. Mensaje publicado por David Cánovas (@thegrefg), 03-04-2022, <https://www.instagram.com/p/Cb50zfmowtM/thegrefg>. Última consulta: 26-07-2024

8b. Esta gente tiene vinculación cercana al chavismo venezolano [...] lamento que hayas tomado la decisión de brindarles el apoyo de tu fuerza publicitaria.

8c. A @grefg_oficial le da igual todo porque no tiene valores, solo se mueve por interés propio y dinero [...].

Cabría pensar que a estos ejemplos se asemeja la respuesta de (9b) a una publicación en la que Ibai Llanos se retrata en una postura seductora para promocionar una marca de chocolates:

9a.



Figura 7. Mensaje publicado por Ibai Llanos (@ibaillanos), 16-06-2020, <https://www.instagram.com/p/CBgK1SmDcJi/>. Última consulta: 26-07-2024

9b. Comparte un poco cabronazoooo!!! Ajjajajq me encantas, eres un crack, me rio muchísimo con tus videos!!! @ibaillanos

No obstante, aunque formalmente parezca un acto amenazador de la imagen (Sinkeviute, 2019), podría interpretarse como anticortesía con efecto humorístico. Según advierte Ruiz Gurillo (2024), para interpretar tal tipo de enunciados se precisa de un mayor esfuerzo de procesamiento por parte de los lectores; a ello contribuyen determinadas marcas del humor, como el *enfocador de la alteridad* (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro, 1999) *crack*.

En algunas ocasiones, nos encontramos con casos de prolongación del humor exhibido por el influyente, pero haciendo uso de un estilo de *humor agresivo* (Martin *et alii*, 2003), basado en el sarcasmo y la crítica hacia su imagen física:

9c. Llevas bien la dieta crack

9d. Yo quiero que me toque el gordo @milka_es

Para calificar tal tipo de respuestas hemos adoptado el sintagma nominal *prolongación del humor*, a fin de evitar la confusión con el concepto de *humor continuado*. Según Attardo (2019), este último tiene lugar cuando el humor se prolonga a lo largo de más de tres intervenciones en una secuencia humorística. Sin embargo, en los perfiles de Instagram, no es frecuente encontrar secuencias humorísticas conformadas

por un número tan elevado de intervenciones. Lo habitual es que la secuencia humorística se limite a la estructura: *intervención iniciativa del influyente + intervención reactiva del seguidor*. Solo en unos pocos casos puede hablarse cabalmente de la existencia de humor continuado pues, entre la sucesión de respuestas de distinto tipo, pueden encontrarse algunas en las que cabe identificar una cierta unidad temática –no necesariamente en mensajes publicados en orden consecutivo¹⁰–:

9e. A mi también me gustaría esa mantita para dormir

9f. Facil mente podria ser un traje para ir a un concierto como la maily saurio este

9g. Bonito edredón Un abrazo crackk

De acuerdo con la TGHV (Attardo y Raskin, 1991), los textos humorísticos se basan en la oposición de dos guiones semánticos distintos que se contraponen como en una relación antonímica, superponiéndose de manera parcial o total. En este caso, la publicación de Ibai Llanos (9a) puede verse como la premisa (*set up*) en la que se sustenta la secuencia humorística y, como respuesta al ofrecimiento verbalizado en ella, uno de sus seguidores finge en (9e) querer obtener el producto promocionado por él, al que equipara con una *mantita*, sustantivo que funciona como un *activador del cambio de guion* (*script switch trigger*): la multitud de tabletas de chocolate que se muestra en la imagen de (9a) se compara con dicho objeto en (9e), al cubrir completamente el cuerpo del influyente, que se muestra tumbado en la cama. Esta falsa analogía conduce a un razonamiento imperfecto basado en una interpretación incorrecta desde el punto de vista lógico¹¹, que actúa como gancho de la secuencia humorística (*jab line*). En cierta medida, el guion que equipara al conjunto de tabletas de chocolate con un objeto textil se prolonga en (9f) – aunque, en este caso, asemejándolo a un traje– y en (9g) –de nuevo, se opta por la analogía con un cobertor–. Véase esta otra sucesión de respuestas al mensaje de Llanos (9a):

9h. Marcando tableta xd

9i. Q tabletita wapo

9j. Quitate los milkas déjanos ver tus abdominales 🍑🍑

9k. Vaya tableta te sale bro

Dada su unidad temática, podría considerarse también que conforman, junto con (9a), otra secuencia humorística, pues todos estos mensajes ironizan al ensalzar la condición física del influyente. En (9h), (9i) y (9k), se observa una infracción del

¹⁰ Ya Chovanec y Tsakona (2018) advirtieron de la necesidad de distinguir entre las nociones de *secuencialidad* y *linealidad*. Así, aunque en la interfaz Instagram los mensajes se recojan unos debajo de otros, esto no significa que pueda hablarse de la existencia de linealidad entre ellos.

¹¹ En Attardo, Hempelmann y Di Maio (2002), puede encontrarse una exhaustiva categorización de distintos tipos de mecanismos lógicos.

Principio de Informatividad (Levinson, 2000), ya que la multiplicidad de referentes del sustantivo *tableta*, de carácter polisémico, permite contraponer el guion promocional sustentado en la imagen de Ibai Llanos y el guion del estado atlético que suelen mostrar otras celebridades en sus perfiles de Instagram. Además, el texto recogido en (9j) puede interpretarse como un *jab line*¹² que forma parte de esa misma secuencia humorística, pues prolonga el guion evocado por los mensajes anteriores. En él, la referencia a los músculos *abdominales* actúa como indicador irónico, y la duplicación del emoticono que representa un gesto burlón se comporta como una marca que ayuda a interpretar el enunciado irónico precedente.

Por último, también pueden considerarse manifestaciones de apreciación y acuerdo hacia el humor mostrado en una publicación aquellos actos expresivos con los que se formulan cumplidos y otros actos de refuerzo de la imagen de los influyentes propios de la *cortesía valorizante* (Kerbrat-Orecchioni, 1996), como los agradecimientos:

9l. Esta foto es la que necesitaba. gracias

Ya en Mancera Rueda (2019, 2024 y 2025) analizamos la función de los cumplidos en este tipo de interacciones, algo que la extensión limitada de este trabajo nos impide abordar aquí en profundidad. A veces, los internautas ponderan su ingenio o su sentido del humor sirviéndose de cumplidos explícitos, aunque sin hacer referencia al producto promocionado, como sucede en las reacciones a un vídeo hilarante publicado por Mara Jiménez:

10a.



Figura 8. Mensaje publicado por Mara Jiménez (@croquetamente), 10-03-2024, <https://www.instagram.com/p/Cy3SGO7IVic/croquetamente/>. Última consulta: 26-07-2024

¹² No cabría hablar de la existencia de remate (*punch line*) en estas secuencias humorísticas. El remate es definido por Attardo (2001a) como el último enunciado humorístico que cierra un discurso. Dado que nuestro corpus está conformado únicamente por los textos extraídos el 20 de enero de 2024, y que incluso meses después es posible que los seguidores de un determinado perfil continúen comentando una publicación, cabe considerar a las secuencias humorísticas que hemos recopilado como *inacabadas*.

10b. Eres maravillosa 😊

10c. Mara que me matas de risa! de verdad siempre tan única

Solo en un porcentaje muy reducido de respuestas se ensalza el producto anunciado¹³,

10d. Que mona la botella 😊

o los contenidos promocionales generados. Por ejemplo, en una de sus publicaciones, María Pombo muestra un anuncio audiovisual de una laca de uñas que, supuestamente, al serle aplicada, la capacita para leer los pensamientos de su padre:

11a.



Figura 9. Mensaje publicado por María Pombo (@mariapombo), 13-06-2023, <https://www.instagram.com/p/Ctbau7QoYZU/>. Última consulta: 26-07-2024

A él responden algunos de sus seguidores con comentarios en los que se pondera el anuncio de manera intensificada, con formas directas como el superlativo simple de (11b), o la estructura comparativa con el adjetivo coloquial *guay* de (11c):

11b. El mejor anuncio de la historia 😊😊

¹³ Como ya pusimos de manifiesto en Mancera Rueda (2025), solo el 5.26 % de los elogios se dirigen hacia el producto anunciado, mientras que el 27.66 % ensalza bien a la publicidad bien a los responsables de la campaña de marketing; no obstante, la mayor parte de los halagos (66.4 %) se focaliza en el influyente ponderando su apariencia física, su personalidad o sus posesiones materiales.

11c. Es uno de los spots más guay que has podido hacer 😊

Incluso con actos halagadores hacia la imagen de los responsables de la campaña de marketing:

11d. Bieeeeeen, excelente! Aplausos al equipo de mkt! 🙌🙌🙌

11e. Una publicidad tan bien hilada que es una maravilla 😊😊 chapó al creativo

4.2. RESULTADOS CUANTITATIVOS

La herramienta *ExportComments* nos ha permitido descargar la totalidad de los comentarios difundidos en Instagram el 20 de enero de 2024, como respuesta a las 20 publicaciones humorísticas en español de los perfiles seleccionados, es decir, 14 735 comentarios. De ellos han sido excluidos del estudio cuantitativo que presentamos a continuación 103 textos, por haberse redactado en otras lenguas –fundamentalmente en inglés, catalán e italiano–. Tampoco hemos tomado en consideración 36 comentarios que constituían réplicas de los propios influyentes a los mensajes remitidos por sus seguidores, ni 107 respuestas de los creadores de los anuncios, ya que el propósito de esta investigación es conocer las reacciones de los internautas ante los contenidos publicitarios difundidos en estos perfiles. En consecuencia, el número de textos analizados es de 14 243. Nuestro análisis se basa en la identificación de los actos de habla presentes en cada uno de los comentarios; dado que en un mismo comentario confluyen actos de diferente naturaleza, la cifra total de actos de habla que hemos etiquetado en nuestro corpus gracias al programa *Atlas.ti* excede a la anterior: 20 034 actos de habla.

Con el fin de resumir los principales resultados del análisis cuantitativo, hemos llevado a cabo una taxonomía de las reacciones verbalizadas por los internautas ante los anuncios publicados por los influyentes. Como puede apreciarse en el Gráfico 1 y en la Tabla 2, en ella se ha establecido una interrelación entre los tipos de actos de habla identificados y su consideración como manifestaciones de *reconocimiento*, *entendimiento*, *apreciación*, *acuerdo* del humor (Hay, 2001), o como muestras de *humor fallido* (Bell, 2009) y de lo que hemos calificado como *elusión del humor*.

Gráfico 1. Tipos de respuestas



Tabla 2. Cómputo global

MACROTIPOLOGÍAS	TIPOS	NÚMERO DE ACTOS DE HABLA	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
APRECIACIÓN Y ACUERDO HACIA EL HUMOR:		18 275 actos de habla	91.21 %
	-Prolongación del humor	11 095 actos de habla	55.37 %
	-Actos expresivos como manifestaciones de cortesía valorizante hacia el influyente, el producto anunciado o los publicistas	6 181 actos de habla	30.85 %
	-Anticortesía con efecto humorístico	999 actos de habla	4.99 %
ELUSIÓN DEL HUMOR:		1 245 actos de habla	6.2 %
	-Actos asertivos para manifestar egotismo carente de humor	737 actos de habla	3.68 %
	-Actos directivos en beneficio del hablante o en beneficio del oyente	508 actos de habla	2.52 %
HUMOR FALLIDO:		301 actos de habla	1.5 %
RECONOCIMIENTO Y ENTENDIMIENTO DEL HUMOR:		213 actos de habla	1.04 %
TOTAL		20 034 actos de habla	100 %

La mayor parte de los actos de habla (91.21 %) constituyen manifestaciones de *apreciación y acuerdo hacia el humor* exhibido por el influyente en su publicación. En estas fases de interpretación del humor, el lector muestra su valoración positiva hacia el enunciado humorístico y pone de manifiesto su concordancia con los planteamientos expuestos en él. Fundamentalmente, se trata de actos asertivos y expresivos que suponen

una prolongación del humor (55.37 %), y de actos expresivos con los que se verbalizan agradecimientos y cumplidos dirigidos al influyente, el producto anunciado o los publicistas responsables de la autoría del anuncio (30.85 %) y, en menor medida, de muestras de anticortesía con efecto humorístico (4.99 %).

Una segunda categoría estaría conformada por aquellos actos de habla que hemos agrupado bajo el marbete de *elusión del humor* (6.2 %), ya que los internautas prescinden del modo humorístico y formulan actos de habla asertivos (3.68 %) en los que, por ejemplo, se limitan a describir su situación personal, en una muestra de lo que podría calificarse como *egotismo carente de humor*; y también recurren a actos directivos (2.52 %) con los que verbalizan peticiones, preguntas, consejos u ofrecimientos dirigidos hacia la celebridad.

Con menor representatividad en nuestro corpus (1.50 %) cuentan los actos disentivos, por medio de los cuales los seguidores de estos perfiles manifiestan su desacuerdo hacia el contenido publicado por el influyente o hacia los comentarios de otros internautas, incluso el rechazo hacia ellos, el producto o la compañía publicitaria responsable del anuncio.

Por último, el 1.04 % de los comentarios que hemos analizado contiene una respuesta sucinta, que se limita a incluir la dirección de otro internauta. Con este tipo de reacción, en nuestro corpus¹⁴ se pretende amplificar la difusión del mensaje humorístico publicado por el influyente y permitir así que llegue a otros usuarios de esta red social. Por lo tanto, podría interpretarse como una manifestación implícita de *reconocimiento y entendimiento del humor*. Estas dos fases en la interpretación del humor tienen que ver con lo que Attardo (2001b) califica como la *capacidad para el humor (humor competence)*, es decir, la habilidad del lector para identificar la presencia de humor en un determinado enunciado y para comprenderlo.

4.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La discusión de los resultados permite abordar con mayor profundidad las implicaciones de las categorías humorísticas identificadas. Una cuestión central es la tensión entre el humor interactivo y los elementos de comunicación unidireccional presentes en las publicaciones de los influyentes. Aunque algunas estrategias –como las preguntas retóricas– evocan una sensación de diálogo, su función se asemeja a la de los formatos publicitarios tradicionales, donde la interacción con la audiencia no es necesariamente bidireccional¹⁵. Por otra parte, los vídeos incluidos en algunos de los *posts* presentan características que podrían vincularse con los monólogos cómicos. Al igual que estos, contienen preguntas dirigidas al público que no requieren una respuesta inmediata, pero que contribuyen a construir un marco humorístico¹⁶. Este hallazgo cuestiona las definiciones tradicionales de humor interactivo y sugiere una ampliación del concepto para incluir formas indirectas de interacción que involucren la reinterpretación del contenido por parte de las audiencias.

¹⁴ Aunque a veces los propios influyentes organizan sorteos de los productos que promocionan en los que, como requisito para participar, exigen *etiquetar* a otro internauta, es decir, indicar su nombre de perfil. De esta manera contribuyen a la viralización del mensaje publicitario. No obstante, hemos prescindido de tal tipo de mensajes en nuestro corpus.

¹⁵ Véanse los trabajos de Myers (1994), Cook (2001), Phillips y McQuarrie (2004), Heath y Feldwick (2008) o Kotler, Kartajaya y Setiawan (2016), entre otros.

¹⁶ Cfr. Hay (2001), Baumgartner y Morris (2008), Schwarz (2010) o García Gómez (2019).

Por otro lado, la multimodalidad desempeña un papel crucial en la eficacia de las estrategias humorísticas. La combinación de texto, imagen y vídeo amplifica el impacto del humor, permitiendo que los influyentes experimenten con formatos innovadores. Este enfoque refuerza la idea de que el humor en redes sociales no solo se construye a partir del mensaje verbal, sino también de elementos visuales y contextuales que enriquecen la experiencia del usuario.

En los perfiles de los influyentes analizados predomina la denominada *publicidad nativa (branded content)*, es decir, aquella que va intercalándose de manera natural con el relato de acontecimientos de la vida privada, lo que hace que el carácter comercial del mensaje resulte más imperceptible para sus destinatarios (Rodríguez Rodrigo, 2023). En su afán por seguir sus consejos para llegar a parecerse a quienes admiran, los internautas tienen una mayor predisposición para adquirir los productos que estos recomiendan. Aunque los anunciantes son conscientes de que su mensaje no llegará a toda la población en general, sino únicamente a los seguidores, este tipo de publicidad se encuentra cada día más en auge, ya que con ella se intenta atraer a un sector de la ciudadanía con el que tienen garantizado un mayor volumen de compras, el de aquellos que comparten el estilo de vida del influyente (Bendito Cañizares, 2020).

El humor en este tipo de publicaciones de carácter promocional actúa como *estrategia de engagement* para cautivar a los internautas y captar su atención, tratando de involucrarlos y predisponiéndolos a colaborar en la viralización del mensaje publicitario. La *dialoguicidad directa* (Duque Gómez, 2021: 246) que busca una respuesta genuina del internauta suscita en la mayoría de los casos una serie de intercambios compuestos por intervenciones humorísticas iniciativas y reactivas de carácter discontinuo (Briz Gómez, 2000). El humor en este tipo de secuencias humorísticas no puede, por tanto, percibirse como un producto estático, sino como un proceso dinámico (Dyner y Chovanec, 2021). En él no solo cobra relevancia la *capacidad para el humor* (Attardo, 2001b) mostrada por el influyente, sino también la *actuación del humor* por parte de sus seguidores, en los que recae la interpretación de los ganchos humorísticos y su ulterior reacción hacia ellos.

Como hemos observado tras el análisis de nuestro corpus, los internautas pueden optar por responder a los mensajes publicitarios de una celebridad mediante actos disidentes, o incluso mediante actos descalificativos, lo que provoca que tales publicaciones puedan considerarse manifestaciones de *humor fallido* (Bell, 2009). Otra reacción posible es la de responder a las apelaciones directas que les dirigen los influyentes mediante actos asertivos egotistas, o mediante actos directivos, es decir, eludiendo el humor de la intervención iniciativa. A veces se limitan a indicar el nombre del perfil de otro usuario, pero cabría interpretar estos casos como muestras de reconocimiento y entendimiento del humor, ya que de esta forma contribuyen a la multiplicación de la audiencia. No obstante, hemos constatado que la reacción más frecuente es la de mostrar apreciación y acuerdo, mediante actos expresivos de *cortesía valorizante* (Kerbrat-Orecchioni, 1996), prolongaciones del humor exhibido por el influyente y manifestaciones de *anticortesía con efecto humorístico* (Ruiz Gurillo, 2021).

5. CONCLUSIÓN

El presente estudio ha explorado cómo los influyentes españoles de la *Generación Y* emplean estrategias humorísticas en publicaciones promocionales de Instagram y cómo estas estrategias influyen en las respuestas de los seguidores. A través de un análisis cuantitativo y cualitativo, se han identificado patrones relevantes que destacan el impacto del humor como recurso persuasivo y su potencial para fomentar la interacción en entornos digitales multimodales.

Los hallazgos muestran que las estrategias humorísticas generan una alta participación por parte de los seguidores, especialmente propiciando actos de habla asertivos y expresivos que suponen una prolongación del humor, y actos expresivos con los que se verbalizan agradecimientos y cumplidos dirigidos al influyente, el producto anunciado o los publicistas responsables de la autoría del anuncio. En el marketing de influencia, la marca deja de ser la protagonista y es la celebridad quien cobra una mayor trascendencia, aunque la relación entre ambas conlleva un beneficio mutuo: el prescriptor consolida su relevancia profesional y su visibilidad, y la compañía se ve favorecida por su credibilidad. Especialmente si el contenido promocional suscita un buen número de respuestas positivas por parte de los internautas, que adquieren entonces el papel de *prosumidores*. De hecho, las redes sociales no pueden entenderse sin la existencia de interacción (Castelló Martínez, 2010); en ellas, la audiencia es susceptible de adoptar también el rol de creador, colaborando por medio de sus reacciones a la difusión del mensaje publicitario.

Metodológicamente, este trabajo refuerza la importancia de combinar enfoques cuantitativos y cualitativos para analizar fenómenos complejos como el humor verbal, en el discurso digital. Sin embargo, cabe identificar en él ciertas limitaciones, como la selección de una muestra basada exclusivamente en la lista Forbes, la exclusión de publicaciones en otros idiomas y el enfoque en un solo grupo generacional. Estas limitaciones restringen la generalización de los resultados y sugieren la necesidad de futuros estudios que aborden una mayor diversidad de contextos culturales y demográficos.

En estudios posteriores sobre la comunicación en Instagram intentaremos profundizar en las ideas mínimamente esbozadas en el presente trabajo, explorando cómo el humor constituye una estrategia efectiva para transmitir mensajes comerciales y lograr su viralización. En particular, se podría examinar la relación entre las respuestas humorísticas de los seguidores y el nivel de *engagement* generado en las publicaciones, lo que permitiría identificar patrones específicos en la interacción digital.

Asimismo, resulta pertinente analizar cómo el humor es empleado de manera diferenciada por influyentes de distinto sexo y su impacto en la percepción del mensaje por parte de la audiencia. Otro aspecto relevante radica en la consideración de los contextos culturales y temáticos en la interpretación del humor, explorando de qué manera tales factores influyen en la percepción y en las dinámicas de interacción entre los seguidores.

Por otro lado, se podría profundizar en la interacción entre los componentes textuales y multimodales en la construcción del mensaje humorístico, evaluando el peso de los elementos visuales y audiovisuales frente al contenido puramente textual. Además, sería relevante investigar cómo el uso del humor afecta a la percepción de autenticidad del influyente y del mensaje promocional, así como analizar el impacto de las regulaciones sobre publicidad en redes sociales en las estrategias humorísticas empleadas.

Finalmente, futuras investigaciones podrían abordar el estudio del humor en campañas publicitarias desde una perspectiva longitudinal, evaluando su eficacia a largo plazo en términos de fidelización del consumidor y posicionamiento de marca en el ecosistema digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Al-Darraj, Zainab, Al Mansour, Zahra y Shilan Rezai (2020). Similarity, familiarity and credibility in influencers and their impact on purchasing intention. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1437746/FULLTEXT01>
- Albelda Marco, Marta, Briz Gómez Antonio, Cestero Mancera, Ana María, Kotwica, Dorota y Cristina Villalba Ibáñez (2014). Ficha metodológica para el análisis pragmático de la atenuación en corpus discursivos del español. *Oralia*, 17, 7-62. <https://doi.org/10.25115/oralia.v17i.7999>
- Attardo, Salvatore (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Mouton De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110219029>
- Attardo, Salvatore (2001a). Humor and Irony in Interaction: From Mode Adoption to Failure of Detection. En Luigi Anolli, Andrea Ciceri y Giuseppe Riva (Eds.), *Say not Say: New perspectives on miscommunication* (pp. 165-185). IOS Press.
- Attardo, Salvatore (2001b). *Humorous Texts. A Semantic and Pragmatic Analysis*. Mouton De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110887969>
- Attardo, Salvatore (2008). A primer for the linguistic of humor. En Victor Raskin (Ed.), *The Primer of Humor Research* (pp. 101-155). Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110198492.101>
- Attardo, Salvatore (2019). Humor and mirth. Emotions, embodied cognition, and sustained humor. En Lachlan Mackenzie y Laura Alba Juez (Eds.), *Emotion in Discourse* (pp. 189-211). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.302.08att>
- Attardo, Salvatore y Victor Raskin (1991). Script theory revis(i)ted. *Humor*, 4(3-4), 293-347. <https://doi.org/10.1515/humr.1991.4.3-4.293>
- Attardo, Salvatore, Hempelmann, Christian F. y Sara Di Maio (2002). Script oppositions and logical mechanisms. *Humor*, 15(1), 3-46. <https://doi.org/10.1515/humr.2002.004>
- Bateman, John (2014). *Text and image: A critical introduction to the visual/verbal divide*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315773971>
- Baumgartner, Jody y Jonathan Morris (2008). The Daily Show effect: Candidate evaluations, efficacy, and American youth. *American Politics Research*, 36(3), 341-367. <https://doi.org/10.1177/1532673X07308379>
- Bell, Nancy D. (2009). Responses to failed humor. *Journal of Pragmatics*, 41, 1825-1836. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.10.010>
- Bendito Cañizares, María Teresa (2020). La autenticación de publicidad y anunciantes en la publicidad nativa y, en particular, en la publicidad de *influencers*. *Revista Aranzadi Doctrinal*, 8.
- Brenes Peña, Esther (2015). Aproximación pragmlingüística a las unidades modales empleadas en la expresión de la disensión y la descalificación. *Rilce*, 31(1), 22-51. <https://doi.org/10.15581/008.31.236>

- Briz Gómez, Antonio (2000). Las unidades de la conversación. *Rilce*, 16(2), 225-246. <https://doi.org/10.15581/008.16.26795>
- Brown, Penelope y Stephen Levinson (1987). *Politeness: some universals in language use*. Cambridge, CUP.
- Castelló Martínez, Araceli (2010). *Estrategias empresariales en la web 2.0, las redes sociales online*. Editorial Club Universitario.
- Castelló Martínez, Araceli y Cristina del Pino Romero (2015). Prescriptores, marcas y tuits: el marketing de influencia. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, 12(12), 86-107. <https://doi.org/10.7263/adresic-012-05>
- Cestero Mancera, Ana María y Nicolás Moreno Martín de Nicolás (2024a). Humor en interacción: apuntes para su estudio sociopragmático y geolectal. *Literatura y Lingüística*, 49, 323-370. <https://doi.org/10.29344/0717621X.49.3558>
- Cestero Mancera, Ana María y Nicolás Moreno Martín de Nicolás (2024b). Guía PRESEEA de estudio del humor en interacción. Documentos PRESEEA de investigación, *Guía PRESEEA*, 16. <https://doi.org/10.37536/PRESEEA.2024.guia16>
- Chen, Lou y Yuan Shupei (2019). Influencer Marketing. How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 1-45. <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Chovanec, Jan y Villy Tsakona (2018). Investigating the Dynamics of Humor. Towards a Theory of Interactional Humor. En Jan Chovanec y Villy Tsakona (Eds.), *The Dynamics of Interactional Humor* (pp. 1-26). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/thr.7.01cho>
- Cook, Guy (2001). *The Discourse of Advertising*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203978153>
- De Veirman, Marijke, Cauberghe, Veroline y Liselot Hudders (2017). Marketing through Instagram influencers. The impact of number of followers and product divergence on Brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798-828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>
- Duque Gómez, Eladio (2021). Oralidad e imagen en el discurso publicitario en las redes sociales. *Oralia*, 24(2), 233-262. <https://doi.org/10.25115/oralia.v24i2.7115>
- Dynel, Marta y Jan Chovanec (2021). Creating and sharing public humour across traditional and new media. *Journal of Pragmatics*, 177, 151-156. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.02.020>
- Forbes (2023). *Lista Forbes Best Content Creators 2023*. Lista Forbes | Best Content Creators 2023 - Forbes España.
- Gancedo Ruiz, Marta (2019). *Evolución de la imagen de rol familiar en el teatro de finales del siglo XIX a mitad del XX*. Su manifestación en la atenuación e intensificación de los actos directivos. Tesis Doctoral presentada en la Universitat de València. <http://hdl.handle.net/10550/69590>.
- García Gómez, Antonio (2019). YouTube comments as a space for public discussion: Discourse analysis and ethical implications. *Discourse, Context & Media*, 28, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2018.10.003>
- Grice, Paul (1975). *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press.

- Grupo Val.Es.Co. (2014). Las unidades del discurso oral. La propuesta de Val.Es.Co. de segmentación de la conversación (coloquial). *Estudios de Lingüística del Español*, 35(1), 13-73. <https://doi.org/10.36950/elies.2014.35.8709>
- Hay, Jennifer (2001). The pragmatics of humor support. *Humor: International Journal of Humor Research*, 14(1), 55-81. <https://doi.org/10.1515/humr.14.1.55>
- Heath, Robert y Paul Feldwick (2008). Fifty years using the wrong model of advertising. *International Journal of Market Research*, 50(1), 29-59. <https://doi.org/10.1177/147078530805000106>
- Hernández Toribio, María Isabel y Laura Mariottini (2020). Actos de habla expresivos y emociones en entornos digitales: publicidad en Twitter. En Luis Bagué Quéliz y Susana Rodríguez Rosique (Eds.), *Del tópico al eslogan: discurso, poesía y publicidad* (pp. 53-65). Visor.
- Herrero Moreno, Gema (2004). Actos disentivos que afectan al *dictum*. *Oralia*, 7, pp. 85-117. <https://doi.org/10.25115/oralia.v7i1.8246>
- Herring, Susan y Ashley Dainas (2017). *Nice picture comment!* Graphics in Facebook comment threads. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.264>
- IAB Spain (2024). *Estudio de redes sociales 2024*. IAB Spain presenta la XV Edición del Estudio de Redes Sociales | IAB Spain.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1996). *La conversation*. Seuil.
- Kotler, Philip, Kartajaya, Hermawan e Iwan Setiawan (2016). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Kress, Gunther y Theo Van Leeuwen (2002). Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour. *Visual communication*, 1(3), 343-368. <https://doi.org/10.1177/147035720200100306>
- Leech, Geoffrey (1983). *Principles of Pragmatics*. Longman.
- Levinson, Stephen C. (2000). *Presumptive meaning. The theory of generalized conversational implicature*. The MIT Press.
- Mancera Rueda, Ana (2019). Los cumplidos en las redes sociales. *Español Actual*, 112, 169-178.
- Mancera Rueda, Ana (2023). Las interacciones de carácter humorístico en los perfiles de influencers mileniales en Instagram. *Oralia*, 26(2), 53-83.
- Mancera Rueda, Ana (2024). El humor verbal como estrategia persuasiva en las redes sociales. En Giovanna Mapelli y Ana Pano Alamán (Eds.), *Comunicación y persuasión en entornos digitales*. Peter Lang, pp. 39-71.
- Mancera Rueda, Ana (2025). Los cumplidos como respuesta al humor en la red social Instagram. En Elvira Manero Richard y Ana Mancera Rueda (Eds.), *El humor interactivo en español*. Tirant Humanidades (pp. 133-157).
- Mancera Rueda, Ana y Ana Pano Alamán (2020). *La opinión pública en la Red*. Iberoamericana/Vervuert. <http://dx.doi.org/10.31819/9783968690766>
- Mancera Rueda, Ana y Ana Pano Alamán (2021). La coloquialización del discurso publicitario en Twitter como estrategia de marca. *Oralia*, 24(2), 262-292. <https://doi.org/10.25115/oralia.v24i2.7117>
- Manero Richard, Elvira (2022). Los memes: (re)contextualizaciones y reacciones en el discurso corporativo en Twitter. En Leonor Ruiz Gurillo (Coord.), *Interactividad en modo humorístico: géneros orales, escritos y tecnológicos* (pp. 37-82). Iberoamericana/Vervuert. <https://doi.org/10.31819/9783968693156-003>

- Manero Richard, Elvira (2025). El humor interactivo y el desacuerdo: un análisis multimodal de vídeos televisivos en español. En Ana Mancera Rueda y Elvira Manero Richard (Eds.), *El humor interactivo en español*. Tirant Humanidades (pp. 245-270).
- Martin, Rod A., Puhlik-Doris, Patricia, Larsen, Gwen, Gray, Jeanette y Kelly Weir (2003). Individual Differences in Uses of Humor and their Relation to Psychological Well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48-75. [http://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](http://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)
- Martín Zorraquino, María Antonia y José Portolés Lázaro (1999). Los marcadores del discurso. En Ignacio Bosque y Violeta Demonte (Dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española* (pp. 4051-4214). Espasa.
- Martínez Sanz, Raquel y Cristina González Fernández (2018). Comunicación de marca en Instagram. ¿Una cuestión de género? El Rol del Influencer de Moda. *Masculinities and Social Change*, 7(3), 230-254. <https://doi.org/10.17583/mcs.2018.3693>
- Myers, Greg (1994). *Words in Ads*. Routledge.
- Oneto González, Gema, Pérez Curiel, Concha y Javier Riscart López (2019). Efecto del influencer sobre el nivel de *engagement* en publicaciones de Instagram. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 24(2), 76-94. <https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7069>
- Padilla Herrada, María Soledad (2021). La publicidad encubierta en el discurso de las *influencers*. En Catalina Fuentes Rodríguez (Coord.), *Argumentación y discursos* (pp. 185-204). Arco/Libros.
- Pano Alamán, Ana y Ana Mancera Rueda (2016). Humor and Advertising in Twitter. En Leonor Ruiz Gurillo (Ed.), *Metapragmatics of Humor* (pp. 35-56). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/ivitra.14.03ala>
- Pérez Curiel, Concha y Sergio Luque Ortiz (2018). El marketing de influencia en moda. Estudio del nuevo modelo de consumo en Instagram de los *millennials* universitarios. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.13>
- Perls, Frederick S., Hefferline, Ralph F. y Paul Goodman (2001). *Terapia Gestalt: excitación y crecimiento de la personalidad humana*. Sociedad de Cultura Valle-Inclán.
- Phillips, Barbara y Edward McQuarrie (2004). Beyond visual metaphor: A new typology of visual rhetoric in advertising. *Marketing Theory*, 4(1-2), 113-136. <https://doi.org/10.1177/1470593104044089>
- Ramos Gutiérrez, Mercedes y Elena Fernández Blanco (2021). La regulación de la publicidad encubierta en el marketing de *influencers* para la Generación Z. *Revista Prisma Social*, 34, 61-87.
- Real Academia Española (2020). Influencer. *Observatorio de palabras*. <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/influencer>.
- Rodríguez Rodrigo, Juliana (2023). La publicidad de l@s influencers. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 15(2), 833-852. <https://doi.org/10.20318/cdt.2023.8080>
- Ruiz Gurillo, Leonor (2012). *La lingüística del humor en español*. Arco/Libros.

- Ruiz Gurillo, Leonor (2014). Infiriendo el humor. Un modelo de análisis para el español. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 59, 148-162. https://doi.org/10.5209/rev_CLAC.2014.v59.46712
- Ruiz Gurillo, Leonor (2021). Disrupted vs. sustained humor in colloquial conversations in peninsular Spanish. *Journal of Pragmatics*, 178, 162-174. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.03.011>
- Ruiz Gurillo, Leonor (2024). Mock impoliteness in Spanish: evidence from the VALESCO.HUMOR corpus. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 37(1), 23-45. <https://doi.org/10.1515/humor-2023-0097>
- Ruiz Gurillo, Leonor y María Belén Alvarado Ortega (Eds.) (2013). *Irony and Humor: From Pragmatics to Discourse*. John Benjamins.
- Sampietro, Agnese (2024). More than laughter: Multimodal humour and the negotiation of in-group identities in mobile instant messaging interactions. En Béatrice Priego-Valverde (Ed.), *Interactional Humor: Multimodal Design and Negotiation* (pp. 263-288). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110983128-010>
- Schwarz, Jeffrey. (2010). Linguistic aspects of verbal humor in stand-up comedy. *Journal of Literary Semantics*, 39(1), 1-24. <https://doi.org/10.1515/jlse.2010.001>
- Searle, John R. (1969). *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173438>
- Sinkeviciute, Valeria (2019). *Conversational humour and (im)politeness: a pragmatic analysis of social interaction*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/thr.8>
- Sixto García, José y Amalia Álvarez Vázquez (2020). Influencers en Instagram y publicidad engañosa: la necesidad de regular y autorregular. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(4), 1611-1622. <https://doi.org/10.5209/esmp.66921>
- Sudha, Mary y Katherine Sheena (2017). Impact of Influencers in Consumer Decision Process: The Fashion Industry. *SCMS Journal of Indian Management*, 14(3), 14-30.
- Tarullo, Raquel (2024). Instagram. En María Elena Placencia y Alejandro Parini (Eds.), *Introducción al estudio del discurso digital en español* (pp. 125-137). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003327097-11>
- Timofeeva Timofeev, Larissa y Leonor Ruiz Gurillo (2018). Fraseología y humor: de semántica y pragmática. En Antonio Pamies, Alexandra Magdalena e Isabel Balsas (Eds.). *Lenguaje figurado y competencia interlingüística* (pp. 151-163). Comares.
- Timofeeva Timofeev, Larissa y Leonor Ruiz Gurillo (2021). Marcas e indicadores humorísticos en las narraciones escritas de niños y niñas de 8, 10 y 12 años en español. Propuesta tipológica. *Spanish in Context*, 18(1), 83-112. <https://doi.org/10.1075/sic.00069.tim>
- Yus Ramos, Francisco (2016). *Humour and Relevance*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/thr.4>
- Yus Ramos, Francisco (2019). Multimodality in Memes: A Cyberpragmatic Approach. En Patricia Bou-Franch y Pilar Garcés-Conejos Blitvich (Eds.), *Analyzing Digital Discourse: New Insights and Future Directions* (pp. 105-131). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92663-6_4
- Yus Ramos, Francisco (2023). *Pragmatics of internet humour*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-31902-0>

Ripoll León, Verónica y Mendieta, Elios (2025): El habla neorrural en la literatura española. Recuperación y afectividad por el lenguaje del entorno natural en las obras de María Sánchez y Andrea Abreu.

Cultura, Lenguaje y Representación, vol. XXXVI, 183-199

ISSN 1697-7750 · E-ISSN 2340-4981

DOI: <https://doi.org/10.6035/clr.8494>



El habla neorrural en la literatura española. Recuperación y afectividad por el lenguaje del entorno natural en las obras de María Sánchez y Andrea Abreu

Neo-Rural Speech in Spanish Literature. Recovery and Affection for the Language of the Natural Environment in the Works of María Sánchez and Andrea Abreu

VERÓNICA RIPOLL LEÓN¹

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

<https://orcid.org/0000-0003-3436-0509>

ELIOS MENDIETA

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

<https://orcid.org/0000-0001-8753-9102>

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-10-30

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2025-03-17

RESUMEN: En las últimas décadas, la literatura española ha experimentado un resurgimiento de la temática rural, impulsado por una nueva generación de autores que exploran la vida y el lenguaje del campo. Este artículo se centra en dicha tendencia, conocida como neorruralismo, y analiza las obras de dos jóvenes escritoras, María Sánchez —*Cuaderno de campo* (2017), *Tierra de mujeres* (2019), *Almáciga* (2020) y *Fuego la sed* (2024)— y Andrea Abreu —*Panza de burro* (2020)—, poniendo de relieve cómo utilizan el habla rural en sus textos para preservar su riqueza y establecer conexiones afectivas con sus raíces. El análisis revela que el lenguaje literario puede actuar como un medio de resistencia cultural frente a la homogeneización lingüística de un mundo globalizado. A través de su escritura, Sánchez y Abreu contribuyen a la

¹ Este artículo fue elaborado de manera conjunta por Verónica Ripoll León y Elios Mendieta, quienes han participado en la conceptualización, el análisis formal, la investigación, la metodología, la visualización, la redacción del borrador y la redacción del texto definitivo. Además, Verónica Ripoll León se ha encargado de la administración del proyecto, la supervisión y la validación, así como de la revisión y edición final del texto.

revalorización de lo rural, transformándolo en un espacio de memoria, afecto y resistencia que desafía las narrativas tradicionales.

Palabras clave: neorruralismo, literatura española actual, lenguaje, afectividad, María Sánchez, Andrea Abreu.

ABSTRACT: In recent decades, Spanish literature has seen a resurgence of rural themes, led by a new generation of authors who delve into the life and language of the countryside. This article focuses on this trend, known as neo-ruralism, and analyses the works of two young writers, María Sánchez—*Cuaderno de campo* (2017), *Tierra de mujeres* (2019), *Almáciga* (2020) and *Fuego la sed* (2024)—and Andrea Abreu—*Panza de burro* (2020)—. It highlights how they use rural speech in their texts to preserve its richness and foster affective connections with their roots. The analysis reveals that literary language can act as a form of cultural resistance to the linguistic homogenisation of a globalised world. Through their writing, Sánchez and Abreu contribute to the revaluation of the rural, transforming it into a space of memory, affection and resistance that challenges traditional narratives.

Key words: neo-ruralism, current Spanish literature, language, affectivity, María Sánchez, Andrea Abreu.

1. LA LITERATURA NEORRURAL ESPAÑOLA: LENGUAJE Y AFECTIVIDAD

En las primeras décadas del siglo XXI, la literatura inclinada hacia lo local y, en concreto, hacia lo rural, ha cobrado una gran fuerza. Iniciada por una generación de jóvenes autores españoles, nacidos y criados en democracia, muchos de ellos provenientes de entornos urbanos (Gómez Trueba, 2022: 9), la literatura *neorrural* ha conseguido arraigarse en el panorama de las letras españolas. Vicente Luis Mora (2018: 201) considera que esta proliferación de literatura centrada en lo campestre nació con la expectativa generada por la publicación de la novela de Jesús Carrasco, *Intemperie* (2013), situándose, así, como la pionera del género. Esta misma idea la comparte Arkaitz Ibarretxe Diego (2023), quien remarca la relevancia de la referida novela de Carrasco porque tiene la fuerza de espolear la publicación, de forma prolífica, de novelas de temática rural.

Sin embargo, antes del auge experimentado en los últimos años, la temática rural ya había gozado de un notable apogeo en la literatura española. Si se retrocede varios siglos, se detecta un lejano antecedente en la obra *Menosprecio de corte y alabanza de aldea*, aparecida en torno a 1539 y escrita por Antonio de Guevara, después de que este abandonase desencantado la Corte, donde de tantos privilegios había disfrutado, para retirarse a un convento vallisoletano. La obra constituye un prolongado sermón moral en defensa de la vida natural y debe entenderse como un alegato a favor de «la *aldea* (como lugar material y espiritual), disfrute de lo propio, y purgación virtuosa del hombre [...]». Un recorrido por los goces campestres, por los privilegios materiales que la naturaleza ofrece (agua, aire, comidas), y que son contrapunto de la vida artificial de la corte» (Rallo

Grus, 1984: 64-65). No obstante, los antecedentes más directos se encuentran en el pasado siglo. A este respecto, se ha de referir la labor de la generación del 98, en la que pueden destacarse las obras de Ciro Bayo, Miguel de Unamuno, Pío Baroja², Azorín o Antonio Machado, entre tantos otros, donde, aun no siendo su característica principal, se hizo presente cierta nostalgia, que retomarán los neorrurales, en el uso del lenguaje. Así, por ejemplo, en uno de los textos que conforman *Los pueblos* (1905), Azorín describía su asombro al llegar a Santander tras recorrer varias poblaciones del norte de la Península. Allí, al encontrar un local en el que se podía leer la palabra *botica*, el escritor alicantino evocaba con tristeza el uso de este castizo término durante su infancia, reemplazado ya entonces en la mayoría de los espacios modernizados por el de *farmacia* (Azorín, 1914: 79)³.

En la segunda mitad del siglo, numerosos autores también prestaron atención a lo rural. Podemos destacar la obra de Miguel Delibes, Félix Grande, Elena Santiago, Juan Pedro Aparicio, Jesús Moncada, Luis Mateo Díez, Moisés Pascual Pozas, Ramón Acín, Julio Llamazares, J. Á. González Sainz, Luis Marigómez, Isabel Cobo o Xurxo Borrazás. Rosa María Díez Cobo (2017: 14) considera *La lluvia amarilla* (1988) de Llamazares una obra fundamental en la narrativa rural, clave para el resurgimiento de esta temática. Recientemente, el propio Llamazares ha destacado el papel de su novela como precursora de las nuevas formas de narrar lo rural, describiéndola como el relato del «fin del mundo rural tal como lo conocimos» (Tanarro, 2024: 313).

En las obras de temática rural de Aparicio, Mateo Díez o Llamazares, al igual que ocurría con las de Miguel Delibes, el lector podía apreciar el cariño por ese espacio rural de la infancia recreado en la narrativa. Sin embargo, muchos autores de la nueva corriente neorrural, según analiza Teresa Gómez-Trueba, optan por una «revisión desmitificadora de la vieja idealización del retorno a la aldea» (2022: 105). Las obras de las autoras que aquí analizaremos, María Sánchez y Andrea Abreu, conectan con esa nostalgia de la literatura rural de los últimos años del pasado siglo, aunque no desde el

² Pío Baroja afirma en su autobiografía *Juventud, egolatría* (1917): «Tengo dos pequeñas patrias regionales: Vasconia y Castilla, considerando a Castilla, Castilla la Vieja [...]. Todas mis inspiraciones literarias proceden de Vasconia o de Castilla. Yo no podría escribir una novela gallega o catalana» (1977: 50). En efecto, las tierras vascas y las castellanas desempeñan un papel central en sus obras, aunque predomina la primera, su tierra natal, debido especialmente a la tetralogía compuesta por *La casa de Aizgorri* (1900), *El mayorazgo de Labraz* (1903), *Zalacaín el aventurero* (1908) y *La leyenda de Jaun de Alzate* (1922), así como a las colecciones de cuentos recogidos en *Vidas sombrías* (1900) e *Idilios vascos* (1902). Por su parte, Pedro Laín Entralgo señala que, al igual que en la obra de Antonio de Guevara, «la Naturaleza —entendiendo por tal la del cosmos físico— es un mundo distinto de la Historia. Mas para Baroja, como para todos los hombres del 98, no es sólo distinto; es, también, infinitamente mejor» (1997: 125). Sin embargo, no se trata únicamente de la exaltación de la naturaleza, sino de la vida «de la aldea y, sobre todo, del pueblo o villa semirural» (Urrutikoetxea, 1996: 215).

³ Laín Entralgo también destaca la emoción que Azorín siente por el paisaje y cómo se refleja en su obra. En particular, subraya un pasaje de la novela *La voluntad* (1902), donde Martínez Ruiz da «su medida de artista ante el paisaje infinito y monótono de las tierras en que la Mancha castellana se hace levantina» (1997: 36). Este fragmento evidencia, una vez más, la nostalgia y afectación por la infancia en la sensibilidad literaria de los noventayochistas:

Desde lo alto de las Atalayas, el campo del Pulpillo se descubre infinito. A lo lejos, en lo hondo, la llanura —amarillenta en los barbechos, verde en los sembrados, negra en las piezas labradas recientemente— se extiende adusta, desolada, sombría. En perfiles negruzcos, los atochares cortan y recortan a cuadros desiguales el alcacel temprano. Los olivares se alejan en menudas manchas simétricas, hasta esfumarse en las estribaciones de los terreros grises. Y acá y allá, desparramadas en la llanura, resaltantes en la tierra uniforme, lucen blanquecinas las paredes de las casas diminutas...

(Azorín, 1965: 142)

precepto de idealización, especialmente debido a la denuncia que ambas realizan de comportamientos sociales discriminatorios. Ahora bien, en sus obras impera la reflexión sobre el lenguaje empleado en el campo, lo cual no había sido una característica destacada hasta la llegada de esta literatura neorrural.

Otra obra imprescindible para esta nueva corriente será la publicación de *La España vacía* (2016), de Sergio del Molino. La aparición de este ensayo situó sobre el escenario social y político la preocupación que ya había anticipado Llamazares en su novela de finales de los ochenta, y que se ha agravado desde entonces: el abandono progresivo por parte de la población de numerosas áreas rurales del país. José Luis Calvo Carilla (2022: 69-70) relaciona el surgimiento de este movimiento neorrural con el impacto de *La España vacía*, y subraya la notable repercusión mediática del ensayo de Del Molino. Asimismo, este impulso ha sido fortalecido por el «clima social de reivindicación de lo rural, materializado en las revueltas de la España Vacía y en el surgimiento de partidos políticos con propuestas centradas en la situación de estos territorios» (Molina Gil, 2024: 534).

En este contexto, la cuestión del lenguaje y el determinado uso —y pérdida— de palabras en las regiones que se deshabitan es también objeto de reflexión por parte del autor, lo que subraya la importancia del mismo al abordar este fenómeno. Las diferentes propuestas terminológicas que han surgido en los últimos años reflejan esta problemática. Curiosamente, la ciudadanía parece haberse decantado por el término de *España vaciada* (Verón Lassa y Hernández Ruiz, 2022: 235-259), mientras que, en clave literaria, Paco Cerdá definió los amplios territorios donde se produce la despoblación como *Laponia española* (2017). Por su parte, Carlos Taibo prefiere utilizar el concepto de *Iberia vaciada* (2021). Algunos investigadores incluso han considerado que la literatura neorrural ha de verse como un «subgénero dentro de la literatura de la crisis» (Champeau, 2019: 33). La propia María Sánchez, sin embargo, se ha revelado contra esta nomenclatura: «No somos la España vacía. Somos un territorio lleno de vida. De personas, de historias, de oficios, de comunidades» (2019: 96), denunciando, además, que, en la mayoría de casos, quienes han escrito sobre el medio rural han sido hombres sin vínculo alguno con el medio (Sánchez, 2019: 94).

En lo que se refiere a la nómina de autores que, en este primer cuarto de siglo y especialmente a partir de la publicación de *Intemperie*, han explorado en sus trabajos enfoques neorrurales, esta es considerable, como ha demostrado Gómez Trueba (2022: 101-131). A los ya citados en este artículo, se pueden añadir Santiago Lorenzo, Marta Sanz, Pilar Adón, Emilio Bueso, Alberto Olmos, Pilar Fraile, Sara Mesa, Lara Moreno, Iván Repila o Daniel Gascón. El interés, en la actualidad, no decae. Sirva como ejemplo la publicación de la reciente novela *La península de las casas vacías* (2024) de David Uclés, obra que transcurre en la pequeña población de Jándula —trasunto de la localidad jiennense de Quesada—. José María Pozuelo Yvancos ha destacado, justamente, cómo lo más interesante de esta nueva literatura rural y, en concreto de esta novela, estriba en el uso del lenguaje. En la obra de Uclés, dice, hay «un punto de vista neorrural de vuelta al sabor de las palabras, de cómo se denomina el fruto primero de la higuera, las brevas, la matanza del cerdo en un pueblo u otros ritos comunales» (2024: 7). El narrador de *La península de las casas vacías* explica, de un modo que recuerda a la escritura de María Sánchez:

Las brevas, para quienes lo desconozcan, son los higos que da la higuera en la primera de sus dos cosechas anuales, cuyos brotes se van fraguando desde el

invierno en la madera vieja del árbol [...]. Estas brevas, o albacoras, eran muy apreciadas en Jándula, igual de dulces que el resto de higos, pero con un toque ácido. Contienen un jugo espeso y rojo, de un matiz intenso como los granos de una granada, que en el pueblo llamaban «almuco». Su sabor recuerda a la miel de castaño, a la pera y al limón.

(Uclés, 2024: 46)

Pero son más los términos recogidos por Uclés que tienen relación con lo rural. El autor no solo menciona plantas comunes como la azucena o el nomeolvides, sino que también rescata especies autóctonas como la *chuza*, una flor que enfría lo que toca y que se empleaba en medicina tradicional como anestésico (Uclés, 2024: 69). De igual modo, alude a tradiciones propias del siglo pasado, como la costumbre de ir a *ligar* a un bar, que en aquel entonces significaba reunirse con amigos, ya que «la ‘liga’ era el tapeo acompañado de varias cervezas o vinos, generalmente antes de la hora de la cena, tras el tajo en el campo» (Uclés, 2024: 104).

Esta profundidad en el lenguaje y las costumbres evidencia cómo el neorruralismo supone un espacio de reflexión y autoconocimiento, una de las cuatro modalidades que, según Calvo Carilla (2022: 69), conforman esta tendencia en las letras hispánicas. A las obras que adoptan una mirada regeneracionista, las que tratan el retorno a lo rural desde una perspectiva distópica, y las novelas idilio, se suma esta última variante. En este grupo que da importancia a la introspección se sitúan igualmente los trabajos de las escritoras que estudiaremos a continuación, donde, como suele ocurrir en aquellas obras que plantean una mirada rural desde la propia experiencia, la reflexión por el lenguaje adscrito al territorio es un tema destacado.

Para María Sánchez y Andrea Abreu, la recuperación del lenguaje del campo es una forma de preservar una parte fundamental de su identidad personal y familiar. Así lo expresa Sánchez cuando afirma: «Soy lo que soy gracias a mi infancia. Desde pequeña, siempre supe que quería ser veterinaria de campo, como mi abuelo. Pasé mis años de niña con él, entre animales, en el huerto» (2019: 15). De manera similar, Abreu señala: «A veces siento que tengo más en común con la generación de mis abuelos que con la de mis padres» (Gómez Santo Tomás, 2020). Ambas reflejan una relación afectiva con el lenguaje del entorno rural; sus palabras y modos de expresión trascienden lo meramente comunicativo, convirtiéndose en vínculos emocionales que evocan el habla de sus abuelos, la voz de una historia familiar.

Esta mirada cargada de nostalgia, especialmente hacia la infancia, se combina en ellas con una perspectiva feminista y una ética del cuidado que rehúye la visión de inferioridad con la que tradicionalmente había sido percibida al estar asociada a lo femenino. Pero son características que no solo se encuentran en las obras de Sánchez y Abreu, sino en toda una generación de escritoras jóvenes que han encontrado en la vida rural y en su lenguaje un espacio literario privilegiado para su escritura. A ellas se suman autoras como Elisa Victoria, Ángela Segovia, Jenn Díaz, Miren Amuriza, Irene Solà, Ana Iris Simón, Julia Viejo o Paula Melchor, entre otras, quienes también se inscriben en el género neorrural y, en muchos casos, en la corriente de la *ecoficción feminista*⁴,

⁴ El término *ecoficción feminista* se emplea para describir ficciones que reflejan y combaten «dos de los grandes desafíos que enfrenta la humanidad a inicios del siglo XXI: el abuso medioambiental y la falta de igualdad entre hombres y mujeres» (Martínez-Gómez López, 2021: 17). Este concepto se vincula, a su vez, con la *ecoficción* y el *ecofeminismo*. La primera, según Dwyer (2010), es una corriente literaria que abarca obras centradas en el

perspectiva práctica desde la cual, como asevera Margarita Carretero González, «puede estudiarse el modo en que hombres y mujeres del mismo período perciben la naturaleza, se relacionan con ella y escriben sobre ella» (2010: 184).

En este sentido, un punto en común entre todas ellas, que no se manifiesta del mismo modo en la literatura escrita por sus homólogos masculinos, es la posición central que le otorgan a «los valores de respeto, amor, amistad, confianza y reciprocidad, valores que presuponen que nuestras relaciones con otros son cruciales para entender quienes somos» (Warren, 2003: 86). La ética ecofeminista rechaza el individualismo abstracto, aspecto que también se observa en estas obras y que es consecuencia de lo anterior, dado que el respeto y el afecto por los otros conlleva una preocupación por lo colectivo y por el contexto histórico y espacial en el que habitan y se relacionan los personajes. Asimismo, se subraya la importancia de los sentimientos y las emociones, a través de una mirada afectuosa a los otros, ya sean humanos o no.

La selección de las obras de Sánchez y Abreu se fundamenta, por tanto, en su preocupación por la recuperación del lenguaje rural, así como en el valor otorgado a los afectos, especialmente a la ternura. Sus obras ofrecen una perspectiva literaria en la que el lenguaje no solo describe, sino que preserva y transforma, funcionando como un vehículo de identidad que resiste ante la pérdida de raíces. Esta capacidad del lenguaje para conectar a los individuos con su historia y su entorno se convierte en una herramienta vital para entender la complejidad de las relaciones humanas —y no humanas, en el caso de Sánchez—, creando un espacio donde la memoria y la identidad se entrelazan con la esperanza de un futuro más sostenible y respetuoso. Su escritura no solo actúa como un reflejo de la realidad de la vida en el campo, sino también como resistencia.

2. MARÍA SÁNCHEZ Y LA RECUPERACIÓN DE PALABRAS RURALES EN PELIGRO DE DESAPARICIÓN

Una de las autoras que más destacan en su interés por la recuperación de las palabras del medio rural y por la reivindicación del papel de las mujeres es María Sánchez. Nacida en Córdoba, en 1989, es veterinaria de campo y escritora. Hasta la fecha, ha publicado dos libros de poemas, *Cuaderno de campo* (2017) y *Fuego la sed* (2024); el ensayo personal *Tierra de mujeres. Una mirada íntima y familiar al mundo rural* (2019); y el glosario, también ensayístico, *Almáciga. Un vivero de palabras de nuestro medio rural* (2020).

Expone Juana María González García que *Cuaderno de campo* es un libro «que concibe la palabra poética como una semilla que puede dar fruto en muchos y diversos lugares y que subraya la necesidad de implantar una nueva forma de relacionarse con la naturaleza en la sociedad contemporánea» (2024: 39). Esta idea, la de la palabra como

medio ambiente o que representan la responsabilidad humana hacia la naturaleza. El segundo, el *ecofeminismo* —acuñado por Françoise d'Eaubonne en *Le féminisme ou la mort* (1974)—, es una teoría y práctica sociopolítica que sostiene que el modelo económico y cultural occidental ha ignorado las bases materiales y relacionales que sostienen la vida, perpetuando su dominio «por medio de la colonización de las mujeres, de los pueblos ‘extranjeros’ y de sus tierras, y de la naturaleza» (Mies y Shiva, 1997: 128). No se trata, por tanto, de conceptos limitados a lo rural o a la representación del medio natural. La ecoficción feminista también aborda cómo las crisis ecológicas afectan de manera diferenciada a mujeres y comunidades marginadas, así como el modo en que las narrativas especulativas pueden imaginar futuros más justos y sostenibles. En este sentido, Juan Senís ha resaltado cómo la «combinación de una mirada ecológica y feminista no es estrictamente neorrural, pero sí sería una nueva manera de abordar la ruralidad que va más allá de la centralidad del ser humano y que ofrece una lectura ecocrítica» (2024: 38).

semilla que se ha de cuidar y que puede ser trasplantada, subyace en toda la obra de Sánchez, y también está presente en la importancia que le da al lenguaje Abreu en su *Panza de burro*. Junto a la recuperación de palabras, otra de las claves de la obra de Sánchez es la manera en que destaca los lazos afectivos que la unen a los miembros de su familia, especialmente a las mujeres. *Cuaderno de campo* nació precisamente en el huerto de su abuela Carmen, una mañana en la que ayudaba a su madre a recoger laurel (Sánchez, 2019: 156). La ternura se convierte, así, en un eje central de su escritura y en la expresión misma de esos lazos: «su voz llena de ternura / su voz / cuna nido madriguera» (Sánchez, 2017: 20).

Rosa Berbel apunta que los poemas de Sánchez revelan «una comprensión salvaje y extrema de la ruralidad», en los que a su vez tienen cabida «la belleza, la ternura y el diálogo con la tradición» (2022: 300). Este enfoque es abordado igualmente en la obra de Abreu, donde la ruralidad se presenta como un espacio de afecto que desafía la alienación contemporánea. La palabra *ternura* que escoge Berbel resulta especialmente significativa, pues sugiere que esta relación renovada con el campo va más allá de la estética: es una postura ética y emocional. En *Almáciga*, Sánchez reflexionará de igual modo sobre este sentimiento al preguntarse: «¿Por qué no contemplar también la palabra *ternura* como una herramienta de la semilla y de la tierra?» (2020: 82).

En lo que respecta a su segundo poemario, *Fuego la sed*, María Sánchez explora una memoria que ha quedado relegada, no reconocida como saber legítimo, y que, por lo tanto, ha permanecido fuera de los registros oficiales. En el poema «Nadie lo registró», se pregunta por qué si cuando alguien muere realizamos un ritual de despedida, no podemos hacer lo mismo «con un arroyo / un sendero un pantano / una dehesa una familia de árboles / un rebaño un árbol / un ser que se desvanece» (2024: 23). La palabra *archivo*, que en su origen griego *arjion* significa *la casa del vencedor*, alude precisamente a este acto de exclusión: lo que se conserva, lo que se registra, es siempre lo que pertenece a quienes han ejercido el poder. En contraposición, Sánchez se enfoca en rescatar esa memoria oculta, aquellas historias y saberes rurales que no han sido documentados, pero que son fundamentales para la comprensión del territorio y su gente.

El libro tiene como centro la tierra de su familia paterna, situada en la Sierra Norte de Sevilla, un espacio que ha sido transformado por los efectos de la emergencia climática. Desde la primera página, el afecto por este paisaje queda patente, al comenzar con una imagen profundamente evocadora: su padre junto a la ribera donde ella solía bañarse de niña. Sobre ese lugar, Sánchez escribe: «era en la orilla donde / aprovechaban las cavidades / molían el cereal / en las solanas las manos desnudas / una a una quitaban las piedras / así también se sembró mi corazón / sachando la tierra / haciendo el surco» (Sánchez, 2024: 13). Es un lugar que ya no es el antes conocido, aunque permanezca en su corazón, en su memoria afectiva.

El poemario también trata sobre la memoria de los animales —en el poema XIX de la sección «Los animales hablan», el lenguaje vuelve a ser esencial: «reclamamos el espejo / también queremos sobrevivir / usamos vuestros verbos / ¿por qué no sirve este lenguaje?» (Sánchez, 2024: 65)— y sobre la memoria celular, de los árboles —«los árboles recuerdan / y transmitieron siempre / a sus hijos / la misma inocencia» (2024: 59)—. Sánchez da voz a seres no humanos, y considera la suya en igualdad de condiciones: «soy un organismo como cualquier otro» (2017: 27). Es una voz poética poshumana, propuesta también por autoras como Irene Solà. En la novela de la barcelonesa, *Canto yo y la montaña baila* (*Canto jo i la muntanya balla*, 2019), la primera

voz narrativa que aparece pertenece a unas nubes tormentosas que amenazan la apacible vida campestre de los animales (Solà, 2019: 13) y, posteriormente, serán narradoras las setas y un cabritillo. Ya en su novela anterior, *Los diques (Els dies)*, (2018), una vaca había alzado la voz para contarnos la historia de otra, llamada Samantha (Solà, 2021: 164)⁵.

Ofrecer la voz narrativa a una entidad no humana puede considerarse una tendencia recurrente en las letras hispánicas contemporáneas, como ha señalado Javier Moreno (2024), quien habla de un *giro desantropocéntrico*. De vuelta a Sánchez, en *Tierra de mujeres*, la escritora combina el ensayo con las memorias para dar voz a las mujeres rurales. Su propósito es reivindicar una visión del mundo rural libre de prejuicios e idealizaciones. Berbel (2020: 7) la interpreta como una recreación crítica de la ruralidad, en la que Sánchez fusiona recuerdos familiares de su infancia con una intención política clara: despojar al paisaje rural de su imagen estereotipada. El libro se estructura en dos partes diferenciadas. La primera explora temas como la invisibilidad de las mujeres en el ámbito rural y la problemática de la España vaciada; mientras que la segunda parte destaca por la divulgación de aspectos de la cultura rural, construida a través del vínculo emocional y generacional que Sánchez establece con tres mujeres fundamentales en su vida: su madre, su abuela y su tatarabuela.

Aunque *Tierra de mujeres* sea probablemente el trabajo más aclamado de la autora, debemos centrar nuestra atención en *Almáciga*, obra que recoge la experiencia fundacional del proyecto etnográfico-lingüístico de Sánchez. *Almáciga* nace una mañana de primavera, aproximadamente tres años antes de la publicación del libro, en la que Sánchez trabajaba junto a una ganadera en la sierra de Córdoba. Durante esa jornada, la ganadera le habló sobre los nombres y los orígenes de los aperos que colgaban de la fachada de cal de la casa. Para Sánchez, aquellas palabras resultaban extrañas, a pesar de compartir el mismo origen provincial. Esta distancia con respecto a su propio entorno lingüístico fue el detonante de su preocupación por lo que ella denomina «el lenguaje y el vínculo» (Sánchez, 2020: 25).

Desde esa mañana, Sánchez desarrolló una nueva manera de escuchar, más atenta a las palabras y expresiones de su entorno: «Descubrí que hasta en mi familia se usaban palabras que yo había asimilado como tales y de las que nunca había cuestionado su origen o su significado. No formaban parte de mi lengua. Habían quedado marginadas, excluidas de lo común, del lenguaje del día a día, a veces incluso del propio diccionario» (Sánchez, 2020: 26). A raíz de esta revelación, surgió la idea de *Almáciga*. Sánchez comenzó a registrar meticulosamente en un cuaderno las palabras de su entorno familiar y laboral. En sus recorridos por distintos pueblos, ya fuera en su labor como veterinaria o como escritora, fue recogiendo palabras, así como de quienes le escribían a través de las redes sociales.

⁵ Somos conscientes de que la inclusión de voces procedentes de narraciones no humanas no garantiza por sí sola una condición poshumana. Sin embargo, esta sí se manifiesta en el trabajo aludido de María Sánchez, como analizamos. Rosi Braidotti, en su influyente ensayo *Lo posthumano*, señala que «animales, insectos, plantas y medio ambiente, incluso planeta y cosmos en su conjunto, son ahora llamados a juego» (2015: 83). En esta obra, además del devenir animal y el devenir tierra —a los que prestamos especial atención en el presente estudio—, la autora introduce el devenir máquina como otro proceso que contribuye al desplazamiento del antropocentrismo. Desde una perspectiva crítica, para profundizar en la cuestión poshumana en la literatura y su presencia en personajes y espacios, se recomienda la obra de Sophie Dorothee von Werder, *Mundos y seres poshumanos en la literatura contemporánea* (2020). En este estudio, la autora analiza las relaciones estéticas y temáticas entre el fenómeno del poshumanismo y cinco obras narrativas de Franz Kafka, Jorge Luis Borges, Guadalupe Santa Cruz, Don DeLillo y Mario Bellatin, con especial atención a lo que Braidotti denomina devenir máquina: la interacción con el entorno artificial y tecnológico actual.

Estas palabras han quedado volcadas tanto en la red (almaciga.net) como en la publicación posterior *Almaciga*, consolidándose como un trabajo en constante evolución que reivindica el patrimonio lingüístico rural. Son testimonio de un lenguaje heredado que, como afirma, «sacan del sueño un interés que consigue que el idioma de mi familia y de tantos y tantas se mantenga vivo» (Sánchez, 2020: 28). De este modo, *Almaciga* supone un acto de resistencia frente a la homogeneización cultural y lingüística. Sánchez invita a formular nuevas preguntas, a reconectar con las raíces y a despertar recuerdos. Gracias a su labor, se produce una suerte de germinación: las palabras, como semillas, encuentran de nuevo el terreno propicio para crecer y alimentar a quienes las redescubren.

De hecho, la elección de la palabra *almáciga* como título de la obra/proyecto se debió a la segunda acepción que recoge el *Diccionario de la lengua española*, «lugar donde se siembran y crían los vegetales que luego han de trasplantarse» (Real Academia Española, f., definición 2); es el espacio del huerto en el que las semillas germinan, brotan y cogen fuerza, un lugar donde se protegen antes de ser trasplantadas definitivamente. La imagen es la misma que la de esas palabras en peligro de extinción que la autora pretende que vuelvan a ser leídas y escuchadas. Con este propósito, Sánchez resalta también cómo el *Diccionario* no recoge muchas de las acepciones ligadas al campo, algo que ya había hecho en *Tierra de mujeres* (Sánchez, 2019: 98). *Almaciga* se presenta, por ende, como un *sustrato*, una *semillera* o un *vivero* lingüístico, cuyo propósito es propiciar un *diálogo-tejido* con el medio rural que permita a estas palabras y expresiones olvidadas germinar nuevamente y recuperar su presencia en la lengua. Darles vida, crear y recuperar vínculos y afectos.

El libro contiene 133 entradas, pero está lejos de ser un mero diccionario. El significado de cada una de las palabras se entremezcla con los pensamientos, llenos de lirismo, de la autora. Así, por ejemplo, explica cómo se dice quitar las malas hierbas en su pueblo, en la Sierra Norte de Sevilla, *chaspar*, tras referirse a una historia que le contaba su padre cuando era pequeña, quien a principios de los noventa había trabajado en un proyecto de agroforestería en Quetzaltenango, Guatemala. También esta limpieza de la tierra conecta con el sentimiento afectivo hacia la lectura. El escritor Gonçalo M. Tavares, narra Sánchez, contaba en una entrevista que escribía los libros de una vez. Tenía que dejar transcurrir el tiempo, hasta años, para quitar, corregir, resumir el texto. De igual modo, la escritora Clara Obligado recurre en *Todo lo que crece* (2021), texto de carácter memorialístico como el de Sánchez, a términos de la naturaleza para describir este proceso de borradura:

Esquejes: una vez que la poda termina, quedan historias cercenadas sobre la mesa. Prescindo de ellas con cierto dolor, en tiestos diminutos planto los esquejes. Escribir es acercarse y alejarse a la vez. Es regar y arrancar el narcisismo. Quizá uno de estos esquejes, como en la historia de las habichuelas mágicas, crezca hasta las nubes y se convierta en libro.

(2021: 75)

Sánchez resalta la profunda conexión entre el lenguaje y la memoria, articulando la importancia de las palabras como legado intergeneracional. Las palabras que ella asocia a su abuela no son meras unidades de significado, sino portadoras de vivencias, de una oralidad que ha moldeado su identidad. Cuando reflexiona sobre la pérdida de estas voces, expresa un dolor que trasciende lo lingüístico para convertirse en una forma de duelo

cultural: la desaparición de las palabras implica la pérdida de un vínculo esencial con sus ancestros y su entorno.

La autora percibe esta pérdida como un proceso de desertificación cultural, equiparando la desaparición de las palabras a la transformación de un huerto en un desierto: un terreno que, al quedar yermo y sin uso, se convierte en símbolo de olvido y desarraigo. Este paralelismo entre lenguaje y naturaleza es significativo, ya que enfatiza que, así como el cuidado del territorio garantiza su fertilidad, el cultivo de la lengua asegura su pervivencia. Ante la posibilidad de esta pérdida, Sánchez responde retomando el «pulso» (Sánchez, 2020: 32) de las palabras para preservar su memoria y, en consecuencia, el legado de sus abuelos. La escritura es una forma de arraigo, un acto de cuidado que se opone a la desintegración.

3. LA TRANSCRIPCIÓN DEL DIALECTO EN *PANZA DE BURRO* DE ANDREA ABREU

Panza de burro (2020), la primera novela de Andrea Abreu (1995), nos lleva al verano de dos niñas que comienzan a dejar atrás la infancia en un pequeño pueblo del norte de Tenerife. Ya el título escogido por la joven escritora nos hace comprender que la relación con el lenguaje es fundamental: hace alusión a esta expresión, *panza de burro*, utilizada en las Islas Canarias para referirse a la capa de nubes bajas que cubre el cielo durante el verano en el archipiélago, bloqueando la luz solar⁶. Pero esta imagen no solo se describe de forma literal en el texto —la narradora-protagonista menciona que estas nubosidades aparecen a las cinco de la tarde, justo cuando se emiten las telenovelas—, sino también metafórica: simboliza la tristeza de las niñas, una tristeza profunda, que carga el ambiente de pesar.

Abreu traslada el lenguaje oral al papel; se trata de «un lenguaje de señas hecho con la materia sonora del habla» (Salas Hernández, 2022: 149). Su estilo, caracterizado por frases largas y a menudo inconexas, manifiesta con precisión el flujo de pensamiento de la protagonista, cuyo nombre desconocemos. Asimismo, Abreu emplea un tono poético y se atreve a experimentar con las formas lingüísticas, trasladando elementos propios de la poesía a la prosa. Esta técnica no solo le «permite reflejar mejor el habla oral en la página escrita, [sino que] el juego con los signos de puntuación es un recurso bastante útil para agilizar la lectura y darle al texto un determinado ritmo» (Iglesia, 2020). Ella misma ha definido su estilo como «quinqui-canario» (Madrid, 2021). Además, el uso de canarismos locales —como *fisquito*, *juite*, *piche*, *creyón*, *jediondo* o *quícara*, entre otros— añade veracidad al relato. Esta riqueza lingüística se observa en numerosos pasajes de la novela, como en el siguiente fragmento: «Estaba güeno, shit? Te pongo un fisquito más?, me dijo Isora al volver. Y yo en lugar de decir que no quería, moví la cabeza parriba y pabajo» (Abreu, 2022: 68).

Desde esta perspectiva, la localización de la trama en un barrio, alejado de las estampas turísticas más reconocidas de la isla, confiere protagonismo al espacio. Como expone Amanda Briones Marrero, la identidad es una temática destacada en *Panza de burro*, y también lo es en un sentido espacial, reflejando la multiplicidad «del mundo rural de las Islas Canarias a través de un pequeño barrio tinerfeño periférico en el que el cambio

⁶ También Uclés, en *La península de las casas vacías*, utiliza un término meteorológico, *hojarascada*, para referirse a un fenómeno natural de Jándula, por el cual, dos noches después de la entrada del otoño, las hojas de los árboles se oscurecen de golpe y colorean el paisaje de un nostálgico tono ambarino (2024: 227).

es evidente» (2024: 182). Ni El Teide ni las playas ocupan el centro de la narración, sino un lugar que parece apartado de todo, como expresa la protagonista: «En verano no íbamos a poder salir del barrio, la playa estaba lejos. No éramos como las otras niñas que vivían en el centro del pueblo, nosotras vivíamos en medio del monte» (Abreu, 2022: 24).

De aquí se extrae otra variante importante, también transmitida a través del lenguaje, como es la dialéctica campo-ciudad. Hacia el final de la novela, poco antes del comienzo de las clases del mes de septiembre, la protagonista se acerca a las casas rurales del Paso el Burro. Allí se encuentra con una niña madrileña⁷ de su edad, con la que comienza a hablar, produciéndose un desencuentro comunicativo que pronuncia las diferencias entre espacios. En primera instancia, nuestra protagonista cree que la niña es extranjera —«extranera» (Abreu, 2022: 153)—, por lo que se aproxima a ella comunicándose en inglés:

desde allá arriba, desde encima del muro le dije jelou, yu lai tu plei? Y se rio, se rio con esos dientes podridos que parecían de una rata apestosa. No lai?, seguí. Y sonriendo me dijo yo no hablo inglés, yo soy de Madrid. Y las palabras le salían por el centro los dientes como un chiflido. Hablaba como en la tele, como los dibujos animados, así fino así bastante fino.

(Abreu, 2022: 153)

Pero el desencuentro no finaliza ahí, sino que, después de que la niña madrileña le pregunte a su abuelo si puede ir al monte a jugar, reaparece y la protagonista describe cómo lleva una gorra amarilla del Loro Parque —«que yo pensaba que solo la gente tonta se ponía la gorra del Loro Parque» (Abreu, 2022: 153)—, el zoo del Puerto de la Cruz, muy visitado por los turistas que viajan a Tenerife, y «unos tenis de caminar como usaban los extranjeros» (Abreu, 2022: 153). Al igual que la autora contrapone el espacio de su barrio al Tenerife turístico de postal reconocible por todos, en estos capítulos, de nuevo, utiliza el contraste para soslayar la diferencia entre los lugares céntricos y los periféricos, mediante la dificultad para comunicarse de dos niñas que proceden de mundos diferentes.

Este es, por otro lado, un espacio afectado por la globalización, algo que también se refleja en el lenguaje, con el acceso a todos esos juguetes, programas y dispositivos que marcaron la infancia en los 2000: las *barbis*, los *beibiborns*, los *pokémon*, la *guenboi* o el *mésinye*. Este último ejemplifica claramente la influencia tecnológica de esos años, la cual despierta tanto la curiosidad como la confusión de la protagonista: «La verdad es que yo no entendía muy bien los ordenadores [...]. Aquel día, en cuanto el maestro del ciber se despistó un poco, Isora se metió en el chat Terra y puso que le agregasen a iso_pinki_10@hotmail.com. Enseguida empezaron a llegarle muchas peticiones al mésinye» (Abreu, 2022: 110-111). Jorge Arroita habla de *localismo identitario* para referirse a la «defensa de la identidad colectiva» y del «raigambre cultural propio, frente a la neutralidad individualista propia de la globalización y la ideología neoliberal» (2024: 25). En el caso de esta novela, efectivamente, se observa una defensa de dicho localismo a través del uso de palabras y expresiones propias del entorno tinerfeño en el que transcurre la historia, así como en la forma en que se recogen los acentos, tonos y gestos

⁷ La elección de Madrid conecta con su propia interioridad. Abreu ha confesado que las condiciones de redacción de su primera novela están determinadas por la precariedad, ya que la escritura la compagina con su trabajo como dependienta en una tienda de moda de Madrid, ciudad a la que se muda, dejando atrás su Tenerife natal, para intentar ganarse la vida (Espinosa de los Monteros, 2020).

de la oralidad del lugar. No obstante, la originalidad de *Panza de burro* reside en que esta reivindicación de la identidad colectiva se articula, paradójicamente, también a través de elementos globales, lo que la convierte en una obra *glocal*⁸.

Apunta Roland Robertson que «en numerosos relatos contemporáneos se consideran [...] las tendencias globalizadoras en tensión con las reivindicaciones de cultura e identidad ‘locales’» (2003: 270). En este sentido, los extranjerismos que aluden a la muñeca norteamericana, al programa de mensajería instantánea también estadounidense o a la videoconsola portátil japonesa, entre otros, referencian un universo cultural compartido por la generación milenial⁹ a nivel mundial, que permea la cotidianidad de un contexto rural aparentemente aislado. El uso de estos términos subraya la influencia de la globalización —y especialmente de la extensión hegemónica de las instancias de poder a nivel mundial—, a la vez que evoca una afectividad hacia una cultura de masas ya perdida, transformada por el avance de las tecnologías. La presencia de estos elementos introduce una mirada nostálgica —«nostalgia milenial» (Gómez Vegas y Palazuelos Parada, 2023: 79)—, aunque no sean siempre vistos como algo positivo.

Arroita distingue, asimismo, entre las vertientes principales de la literatura neorrural, la grotesquización del espacio «desde una perspectiva sórdida de lo costumbrista» (2024: 25). En *Panza de burro*, lo «grotesco cotidiano» (Romero Polo, 2023: 691) posibilita que la autora abrace cierta belleza a la hora de narrar lo escatológico del día a día de la protagonista, sin renunciar a cierta *estética de la fealdad* (Eco, 2007). Un ejemplo paradigmático de esto se observa en la manera en que Eufrasia, la sanadora que quita el mal de ojo, recibe a las dos niñas, a la protagonista y a su amiga Isora, al llegar a su casa:

Cuando llegamos a cas Eufrasia, Isora se puso delante de la puerta y me miró y me dijo toca tú, y toqué yo, y me quité y salió Eufrasia con un delantal de cocina todo manchurriado de sangre. Miniña, ya me llamó Carmitas. Pasen pa dentro, que estaba escuartizando el conejo pa hacer un fisco cena, siéntese ay, miniña, siéntese le dijo a Isora, y la puso en una silla plástica del patio, en medio de las matas verdes de los helechos.

(Abreu, 2022: 35)

«La exageración, el hiperbolismo, la profusión, el exceso son, como es sabido, los signos característicos más marcados del estilo grotesco» (Bajtin, 1989: 273) y, como añade David Roas, «lo grotesco es una categoría estética que combina el humor y lo terrible (en sus muy diversas acepciones)» (2009: 14). En *Panza de burro*, esta estética permite atenuar el impacto de temas complejos que Abreu no rehúye: desde la mirada inocente de la protagonista, se abordan con naturalidad cuestiones como la menstruación, la masturbación —«Isora y yo hacíamos muchas cosas por esa zona del cuerpo, la de los pies a la barriga. La zona del pepe, sobre todo» (Abreu, 2022: 33)—, la homosexualidad o la transexualidad, y se exponen realidades duras como la bulimia —«Isora vomitaba

⁸ Manuel Arranz considera que «hoy todo es global. Ya no queda nada local en el sentido originario del término. Hasta el término local es global. Desde hace décadas recorren el mundo flujos de dinero, información, imágenes, sentimientos, y, por supuesto, literatura, que han terminado por disolver las identidades más conspicuas. Y la literatura era tal vez el mejor reflejo de esas identidades» (2012: 166).

⁹ Sabina Urraca, editora de *Panza de burro*, llega a calificar la novela en su prólogo como un ejemplo de «literatura *milenial* [sic] canaria» (2022: 15).

como un gato. Jucujucujucu y el vómito se precipitaba dentro de la taza del váter» (Abreu, 2022: 23)—, la depresión —«a Isora le invadía una tristeza extraña, como lejana, así como un martilleo era su tristeza, como un picapinos perforando la madera piquipiquipiqui y repetía me quiero quitar la vida, me quiero morir» (Abreu, 2022: 97)—, la violencia de género e, incluso, la violación.

Ahora bien, junto a la denuncia y esa mirada no idealizada del mundo rural, Abreu incorpora un sentimiento de ternura que permea la diégesis del texto, sobre todo a través de la relación entre las dos amigas y del vínculo afectivo con el mundo de los abuelos —y, más concretamente, de las abuelas—, evocando un universo de afecto similar al de María Sánchez. Para la protagonista, las personas que conforman su mundo, pese a expresar su extrañeza, son siempre vistas desde la admiración, especialmente su amiga Isora: «Ella lo probaba todo y después si era necesario lo vomitaba. Yo tenía miedo de que mis padres me olieran el café de la boca y me arrestaran, pero Isora nunca tenía miedo» (Abreu, 2022: 28). Así, el lenguaje emocional resuena en medio de las adversidades: «Me entraron ganas de llorar, de que abuela me upara como a un niñochico y de que pasaran ya esos dos o tres días en los que había decidido estar sin hablarme con Isora, porque ya la estaba echando de menos» (Abreu, 2022: 135). *Panza de burro* no es, por tanto, solo una novela sobre el mundo rural; es una celebración de la identidad y la afectividad en un contexto marcado por la hibridación cultural. Abreu traza en esta obra una genuina cartografía de un espacio muy concreto mediante un lenguaje que capta la sensibilidad y el arrojio del mismo.

4. CONCLUSIONES

«Restaurar un compromiso con lo rural basado en un entendimiento profundo de sus estructuras y su lenguaje» (Berbel, 2022: 19) implica reconocer el papel esencial que el lenguaje desempeña en la configuración de distintas formas de habitar el territorio. Las palabras nombran el entorno, además de trazar relaciones entre sus habitantes y el espacio, proporcionando modos específicos de comprender y experimentar el mundo rural. Preservar la diversidad lingüística y cultural, especialmente en un contexto global donde lo rural tiende a ser relegado o simplificado, es esencial para mantener viva esa riqueza. Acercar las palabras empleadas en el campo, las expresiones populares e incluso los dialectos y acentos locales a través de la literatura ayuda a conservar este patrimonio *a priori* inmaterial, al mismo tiempo que revitaliza el sentido de pertenencia y de identidad en relación con el entorno.

Mieke Bal señala que los espacios en la ficción narrativa pueden desempeñar dos funciones principales: por un lado, pueden actuar simplemente como un marco contextual que sirve de telón de fondo para la acción; por otro, pueden presentarse como «objetos de representación por sí mismos» (1987: 103), convirtiéndose en elementos activos que afectan y moldean el relato. En este segundo caso, el espacio se erige como un *lugar de actuación*, capaz de influir en el desarrollo de la trama y en la configuración de los personajes, en lugar de ser un mero escenario subordinado a la narración. Este es precisamente el papel que el entorno rural desempeña en las obras de María Sánchez y Andrea Abreu. En la obra de Sánchez, su voz narrativa, ensayística-personal y poética se nutre de la memoria y de la experiencia del territorio para oponerse a la marginación de lo rural. Por su parte, en *Panza de burro*, el espacio rural canario influye en el comportamiento de las protagonistas, en su manera de hablar y, en definitiva, en la

construcción de su identidad. Además, el lenguaje es en la novela un medio para difuminar los límites que puedan existir entre la periferia y el centro, y para desafiar, según reconoce la autora, «el clasismo que hay en la escritura» (Heinrich, 2021).

Bal (1987: 51-52) resalta igualmente cómo la literatura ha tendido a contraponer la ciudad y el campo a través de una dicotomía simplista: la ciudad se presenta como un *fondo de pecados* frente a la *inocencia idílica* del campo, o como el lugar donde se puede adquirir riqueza y poder de manera casi mágica, en contraposición a la laboriosidad de los campesinos; asimismo, la ciudad se erige como emblema del poder frente a la supuesta impotencia de la población rural. Sin embargo, estas categorizaciones se desdibujan o incluso se subvierten en la literatura neorrural. José Antonio Mérida Donoso considera que «la representación del ‘par dialéctico’ o binomio rural-urbano que todavía tiende a proyectarse desde un juego decimonónico de contrarios conforme a los ejes progreso-retraso, modernidad-tradición, no solo se pone en duda, sino que muestra una mutación positiva según el modelo artificial-natural y alienación-libertad» (2024: 2). En los textos de Sánchez, lo rural no se asume como un simple depósito de tradiciones inmutables, sino como un territorio en constante transformación, donde el progreso y la modernización coexisten con la memoria y el lenguaje, que se entrelazan como formas de resistencia frente al olvido y la estandarización impuesta por la cultura urbana: «Esta historia también es futuro / en el lecho de los ríos / hallaréis el sortilegio» (Sánchez, 2024: 72). De manera similar, *Panza de burro* desmitifica la imagen del campo como un espacio de pureza moral o un refugio idealizado, presentándolo en cambio como un entorno atravesado por contradicciones y complejidades, donde lo artificial y lo tecnológico tienen cabida.

Arroita señala la existencia de una (sub)corriente literaria, dentro de la literatura neorrural, en la que se presenta una *identidad colectiva y localizada*, un *nosotros*, representado en el espacio natural circundante, concebido como una «*ontología espacial, social y hasta verbal*» (2024: 26), destacando así, como hace Pozuelo Yvancos, el lenguaje empleado en las mismas. Aunque en el debate general la globalización suele entenderse como lo opuesto a la localización, estas lecturas proponen una relación más compleja entre ambos conceptos, al acentuar la tensión entre una cultura cosmopolita y las propias raíces. Robertson, quien acuñó el término *glocalización* en 1995, considera, de hecho, que «aquello a lo que nos solemos referir como local está esencialmente incluido dentro de lo global» (2003: 273). Esto se debe a fenómenos como la aceleración de las comunicaciones, que otorgan sentido de unicidad al mundo, y las transformaciones en las concepciones de espacio-tiempo. Siguiendo la lectura de Stephen Kern, Robertson señala cómo en la contemporaneidad «el tiempo mundial se organizó en términos de espacio particular, en el sentido de un ordenamiento conjunto de la objetividad y la subjetividad» (2003: 275), por el cual la homogeneización y la heterogeneización se complementan e interpenetran, aunque colisionen en situaciones concretas.

Así se evidencia en la obra de Andrea Abreu, donde un léxico universal, atravesado por las nuevas tecnologías, permea sobre un lenguaje rural muy específico. No obstante, tanto en la literatura de María Sánchez como en la de Abreu, la reivindicación se centra en la legitimidad y heterogeneidad del habla del campo. Ambas autoras exploran la riqueza del lenguaje rural, resaltando sus matices y particularidades, además del sentido de comunidad que este fomenta. Al hacerlo, Sánchez y Abreu otorgan visibilidad a las voces del campo y contribuyen a la construcción de un imaginario colectivo que celebra la diversidad y la complejidad de la vida rural. En definitiva, los textos de ambas, junto con los de otras voces neorrurales, documentan y reflexionan sobre

la ruralidad en nuestro tiempo, actuando como un espacio de afirmación y reconocimiento de su identidad lingüística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, Andrea (2022). *Panza de burro*. Barrett.
- Arranz, Manuel (2012). La literatura entra al trapo. En F. Aguiar, A. García Ruiz y A. J. Ribes (comps.), *Entre líneas. Ensayos sobre literatura y sociedad* (pp. 165-176). CSIC.
- Arroita, Jorge (2024). El *localismo identitario* en la lírica española del siglo XXI: nuevas aproximaciones semióticas al espacio (neo)rural. *452ºF. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 31, 19-37. <https://doi.org/10.1344/452f.2024.31.2>
- Azorín (1914). *Los pueblos (Ensayos sobre la vida provinciana)*. Renacimiento.
- Azorín (1965). *La voluntad*. Biblioteca Nueva.
- Bajtín, Mijail M. (1989). *Teoría y estética de la novela*. Taurus.
- Bal, Mieke (1987). *Teoría de la narrativa (Una introducción a la narratología)*. Cátedra.
- Baroja, Pío (1977). *Juventud, egolatría*. Taurus.
- Berbel, Rosa (2020). Ecofeminismo y feminismo rural en *Tierra de mujeres* de María Sánchez. *Úrsula*, 4, 1-13.
- Berbel, Rosa (2022). Nuevas direcciones para la estética ecológica en la literatura española neorrural (2013-2020). *Kamchatka. Revista de análisis cultural*, 19, 297-316. <https://doi.org/10.7203/KAM.19.21748>
- Braidotti, Rosi (2015). *Lo posthumano*. Gedisa.
- Briones Marrero, Amanda (2024). Identidades subversivas en el espacio rural canario: una lectura de *Panza de burro*. *Eikasía Revista de Filosofía*, 121, 169-182. <https://doi.org/10.57027/eikasía.121.893>
- Calvo Carilla, José Luis (2022). La novela idilio como una de las tendencias de la narrativa de hoy. En T. Gómez Trueba (coord.), *La alargada sombra de Delibes sobre la España vacía. De la novela rural al neorruralismo del siglo XXI* (pp. 67-82). Universidad de Valladolid. Cátedra Miguel Delibes.
- Carretero González, Margarita (2010). Ecofeminismo y análisis literario. En C. Flys Junquera, J. M. Marrero Henríquez y J. Barella Vigal (Eds.), *Ecocríticas. Literatura y medio ambiente* (pp. 177-189). Iberoamericana Vervuert.
- Cerdà, Paco (2017). *Los últimos: voces de la Laponia española*. Pepitas de Calabaza.
- Champeau, Génévieve (2019). La novela neorrural actual entre distopía y retro-utopía. *Hispanismes. Revue de la Société des Hispanistes Français*, 11, 1-16. <https://doi.org/10.4000/hispanismes.2185>
- Del Molino, Sergio (2016). *La España vacía. Viaje por un país que nunca fue*. Turner.
- Díez Cobo, Rosa María (2017). Páramos humanos: retóricas del espacio vacío en *La lluvia amarilla* de Julio Llamazares y en la novela neorrural española. *Siglo XXI. Literatura y cultura españolas*, 15, 13-27. <https://doi.org/10.24197/sxxi.15.2017.13-25>
- Dwyer, Jim (2010). *Where the Wild Books Are: A Field Guide to Ecofiction*. University of Nevada Press.
- Eco, Umberto (2007). *Historia de la fealdad*. Random House Mondadori.

- Espinosa de los Monteros, María Jesús (2020). Andrea Abreu: «Escribir es limpiar». *Valencia Plaza*. <https://valenciaplaza.com/andrea-abreu-escribir-es-limpiar>
- Gómez Santo Tomás, Berta (2020). «Escribir en la forma en la que hablas es una posición política: una charla con Andrea Abreu y Sabina Urraca sobre escritura y edición». *Vice*. <https://www.vice.com/es/article/andrea-abreu-panza-de-burro-entrevista-sabina-urraca>
- Gómez Trueba, Teresa (2022). *Espectáculo apocalipsis. Estetización de la distopía en la narrativa española del siglo XXI*. Visor.
- Gómez Vegas, Miriam y Palazuelos Parada, Manuela (2023). «Yo deseaba jugar a hamtaro como las papas desean la lluvia»: ritualización y nostalgia *millennial* en *Panza de burro*. En S. Rodríguez (coord.), *Infancia y maldad en la literatura española contemporánea* (pp. 79-96). Alfar.
- González García, Juana María (2024). *Literatura ecológica contemporánea en español escrita por mujeres, una visión panorámica*. Peter Lang.
- Heinrich, Milena (2021). Entrevista a Andrea Abreu: «Hay un intento de deconstruir el español y el clasismo que hay en la literatura». *Bloque Mediático*. <https://bloquemediatico.com/andrea-abreu-hay-un-intento-de-deconstruir-el-espanol-y-el-clasismo-que-hay-en-la-escritura>
- Ibarretxe Diego, Arkaitz (2023). *Ruralidades encontradas. La España vaciada en la cultura española del siglo XXI* [tesis doctoral, University of Illinois]. <https://hdl.handle.net/2142/121975>
- Iglesia, Anna María (2020). Andrea Abreu: «No se nos debe pedir a los canarios que adaptemos nuestra manera de hablar». *The Objective*. <https://theobjective.com/further/cultura/2020-07-14/andrea-abreu-panza-de-burro>
- Laín Entralgo, Pedro (1997). *La generación del noventa y ocho*. Espasa-Calpe.
- Madrid, Carlos (2021). Mapa y literatura: las Canarias de Andrea Abreu. *Revista Conde Nast Traveler*. <https://www.traveler.es/viajeros/articulos/panza-de-burro-canarias-libro-andrea-abreu/20846>
- Martínez-Gómez López, Raquel (2021). Ecoficción feminista. Rebelión frente al sitio, la conquista y la violación. *Cuadernos del CILHA*, 34, 1-18.
- Mérida Donoso, José Antonio (2024). Sobre literatura neorrural e identidad. *Ínsula. Revista de letras y ciencias humanas*, 933, 2-3.
- Mies, Maria y Shiva, Vandana (1997). *Ecofeminismo. Teoría, crítica y perspectivas*. Icaria.
- Molina Gil, Raúl (2024). Herramientas narrativas e intertextualidades del realismo mágico en las literaturas de la ruralidad. *Castilla. Estudios de Literatura*, 15, 526-555. <https://doi.org/10.24197/cel.15.2024.526-555>
- Mora, Vicente Luis (2018). Líneas de fuga *neorrurales* de la literatura española contemporánea. *Tropelias. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 4, 198-221. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.201843071
- Moreno, Javier (2024). Materia que habla. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 884, 74-75.
- Obligado, Clara (2021). *Todo lo que crece. Naturaleza y escritura*. Páginas de Espuma.
- Pozuelo Yvancos, José María (22 de junio de 2024). *La península de las casas vacías*, de David Uclés. La Guerra Civil y el grito hastiado de un nieto. *ABC Cultural*.
- Rallo Gruss, Asunción (1984). Introducción. En A. de Guevara, *Menosprecio de Corte y Alabanza de Aldea; Arte de Marear* (pp. 10-94). Cátedra.

- Real Academia Española. (f.). Almaciga. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 29 de octubre de 2024, de <https://dle.rae.es/almáciga>
- Roas, David (2009). Poe y lo grotesco moderno. *452°F. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 1, 13-27.
- Robertson, Roland (2003). Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad. En J. C. Monedero (Ed.), *Cansados del Leviatán. Problemas políticos en la mundialización* (pp. 261-283). Trotta.
- Romero Polo, Paula (2023). Cuerpos femeninos e identidades disidentes en la narrativa española actual: lo grotesco cotidiano en *Vozdevieja*, *Panza de burro*, y *Leña menuda*. *Bulletin of Hispanic Studies*, 100 (7), 691-708. <https://doi.org/10.3828/bhs.2023.4>
- Sánchez, María (2017). *Cuaderno de campo*. La Bella Varsovia.
- Sánchez, María (2019). *Tierra de mujeres. Una mirada íntima y familiar al mundo rural*. Seix Barral.
- Sánchez, María (2020). *Almaciga. Un vivero de palabras de nuestro medio rural*. GeoPlaneta.
- Sánchez, María (2024). *Fuego la sed*. La Bella Varsovia.
- Senís Fernández, Juan (2024). *Aquell món del pagès no és per a romàntics: nueva ruralidad y neorruralidad en la novela catalana reciente*. *Ínsula. Revista de letras y ciencias humanas*, 933, 36-39.
- Solà, Irene (2019). *Canto yo y la montaña baila*. Anagrama.
- Solà, Irene (2021). *Los diques*. Anagrama.
- Taibo, Carlos (2021). *Iberia vaciada. Despoblación, decrecimiento, colapso*. Catarata.
- Tanarro, Angélica (2024). Julio Llamazares: vivimos en un mundo que trivializa la pasión creadora. *Turia. Revista Cultural*, 149, 309-325.
- Uclés, David (2024). *La península de las casas vacías*. Siruela.
- Urraca, Sabina (2022). Siéntense en esta silla plástica, misniños. En A. Abreu, *Panza de Burro* (pp. 13-18). Barrett.
- Urrutikoetxea, Josetxo (1996). El mundo rural vasco en Pío Baroja: afectos, añoranzas, distancia (una mirada histórica). En M. de Unamuno y F. Marañón (Eds.), *Reelección de Pío Baroja (1872-1956)* (pp. 195-218). Bermingham.
- Verón Lassa, José Juan y Hernández Ruiz, Javier (2022). Los términos «España vacía, vaciada y despoblada»: significado y presencia en la conversación mediática. En M. J. García Orta y F. Román Martín Santos (coords.), *El poder de la comunicación: periodismo, educación y feminismo* (pp. 235-259). Dykinson.
- Warren, Karen J. (2003). *Filosofías ecofeministas*. Icaria.
- Werder, Sophie Dorothee von (2020). *Mundos y seres poshumanos en la literatura contemporánea. Estudio comparativo de Kafka, Borges, Santa Cruz, DeLillo y Bellatin*. Universidad de Antioquía.

Ruiz de Mendoza Ibáñez, Francisco José & Barreras Gómez, María Asunción (2025): Variation parameters in verbal parodic echoing: partiality, inaccuracy, and complexity. *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol. XXXVI, 201-217
ISSN 1697-7750 · E-ISSN 2340-4981
DOI: <https://doi.org/10.6035/clr.8099>



Variation parameters in verbal parodic echoing: partiality, inaccuracy, and complexity

Parámetros de variación en el eco paródico verbal: parcialidad, inexactitud y complejidad

FRANCISCO JOSÉ RUIZ DE MENDOZA IBÁÑEZ¹
UNIVERSIDAD DE LA RIOJA
<https://orcid.org/0000-0002-1200-2850>

MARÍA ASUNCIÓN BARRERAS GÓMEZ
UNIVERSIDAD DE LA RIOJA
<https://orcid.org/0000-0002-5000-9025>

Artículo recibido el / *Article received*: 2024-05-28

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2025-03-10

ABSTRACT: Previous studies on verbal parody (e.g., Rossen-Knill and Henry, 1997) have overlooked the importance of variation in understanding its communicative complexity. This article addresses this by examining variation parameters in verbal parody, treating it as a case of echoic mention (Sperber and Wilson, 1981), where an echo conveys speaker's dissociation from the source material (Wilson and Sperber, 2012). While ironic echoes focus on content, parodic echoes focus on form mostly for comic effect. Echoes can vary based on partiality, inaccuracy, and complexity. In irony, partial echoes are used to highlight significant elements, while full echoes are employed when no special focal attention is needed or, if needed, it has been achieved through modification and/or complexity strategies. Parody favors partial echoes to select aspects of source behavior that enhance the comic effect, with inaccuracy and complexity used for emphasis. Both

¹ The order of authorship is determined by the first author's prior work on echoic communication, which forms the foundation for the analytical portion of this paper. Both authors contributed equally to data collection and the writing process. The second author was primarily responsible for the introduction (section 1) and the review of parody examples (section 2), while the first author designed sections 3 and 4, focusing on echoic communication and echoic variation, respectively. The selection and analysis of examples in section 4 were carried out collaboratively by both authors.

irony and parody share three complexity strategies: compounding (combining relatable echoes), cumulation (sequencing meaning or form alternates), and chaining (using a second echo to cancel out the meaning implications of the first).

Key words: echo, echoic complexity, echoic mention, echoic variation, irony, parody, partial echo

RESUMEN: Los estudios existentes sobre parodia verbal (p. ej., Rossen-Knill y Henry, 1997) han pasado por alto la importancia de la variación para comprender su complejidad comunicativa. Este artículo aborda esta cuestión mediante el examen de los parámetros de variación en la parodia verbal. Ésta es tratada como un caso de mención ecoica (Sperber y Wilson, 1981) donde un eco transmite el distanciamiento del hablante respecto a lo originalmente expresado (Wilson y Sperber, 2012). Mientras que los ecos irónicos se centran en el contenido, los ecos paródicos se centran en la forma principalmente para lograr un efecto cómico. Los ecos pueden variar en función de su parcialidad, inexactitud y complejidad. En la ironía, los ecos parciales se utilizan para resaltar elementos significativos, mientras que los ecos completos se utilizan cuando no se necesita una atención focal especial o, si es necesaria, ésta se ha logrado mediante estrategias de modificación y/o complejidad. La parodia favorece los ecos parciales para seleccionar aspectos de la conducta original que potencian el efecto cómico mientras que la inexactitud y la complejidad se utilizan por razones de énfasis. Tanto la ironía como la parodia comparten tres estrategias de complejidad: composición (combinar ecos relacionables), acumulación (secuenciar significados o formas alternativas) y concatenación (usar un segundo eco para cancelar las implicaciones de significado del primero).

Palabras clave: complejidad ecoica, eco, eco parcial, ironía, mención ecoica, parodia, variación ecoica

1. INTRODUCTION

Parody is commonly understood as a “[c]onscious and deliberate imitation, either of content or form, which intends to achieve a mocking, or simply a comic, effect” (Dupriez, 1991, p. 327). Similarly, Cuddon (1998, p. 640), defines this phenomenon as “the imitative use of the words, style, attitude, tone and ideas of an author in such a way as to make them ridiculous”. By contrast, Hutcheon (2000, p. xxi) chooses to define it “as a form of repetition with ironic critical distance, marking difference rather than similarity”. The first and second definitions emphasize (ostentatious) imitation and its resulting comic or even mocking effect; the third definition introduces the notion of “distance” from the target of parody, which originates in the difference between the imitation and what is imitated.

These aspects of parody are oriented to its traditional treatment as an art form. In this treatment, parody has been noted to have certain communicative roles. Thus, in connection to literature, Bakhtin (1981) highlights its role in creating a dialogic relationship between texts and their readers. In a more multifaceted view, Hutcheon (2000) sees parody from different perspectives: in intertextual terms, the parodic text

comments on, critiques, or reinterprets the parodied work; in dialogic terms, parody creates a dialogue between the original text and the parodic text, where the latter challenges, subverts, or reinforces the message of the former; in relation to interpretation, parody involves the recontextualization of the original work, often through the use of humor, exaggeration, or incongruity; in relation to its intent, besides a critique, parody can be a form of tribute, celebrating the original text while offering a new perspective on it; finally, in cultural terms, it reflects the fragmented and self-referential nature of contemporary culture, which is why it is also a central feature of postmodernism.

Parody is not limited to artistic creation and culture. It is also present in everyday communication as *verbal parody*. This subcase of parody focuses on imitating someone's verbal output in terms of form rather than content, often with modifications for humorous effect. For example, one may parody oddities in someone's accent, the accidental mispronunciation of a word ("nucular" for "nuclear") or someone's inadvertent use of a malapropism, as in "dance flamingo" for "dance flamenco":

John: My brother danced flamingo when he lived in Spain.

Paul: Yes, John, he danced "fla-mín-go", a lot!

An initial study in this regard was provided by Rossen-Knill and Henry (1997), who dealt with the role of parody in enhancing indirect speech act meaning, but their analysis underplayed the function of imitation. To address this weakness, it is necessary to understand the communicative aspects of imitation in this phenomenon. An initial step in this direction is thinking of parody as a case of mention, like irony, as Sperber and Wilson (1981, p. 311) pointed out within the context of Relevance Theory. They observed that irony involves mentioning propositions, while parody involves mentioning linguistic expressions. However, they did not delve into the details of echoic activity for either phenomenon, focusing instead on finding a theoretical framework to account for ironic meaning derivation consistent with the basic assumptions of Relevance Theory (see also Wilson, 2006; Wilson & Sperber, 2012).

The notion of parodic echo is thus in need of development. Our point of departure is an extended version of Sperber and Wilson's (1981) initial observation. First, we define imitation in parody not only as a case of mention of the linguistic expression but, more generically, as a form-oriented case of echoic mention. This extension explicitly brings into the account of parody paralinguistic aspects of communication that cooperate with the lexico-grammatical aspects of linguistic form of the message. Second, we argue that the communicative role of echoic mention in parody is to be studied in terms of three parameters of *echoic variation*: partiality, inaccuracy, and complexity. These three parameters are not exclusive of parodic echoes. They are shared with ironic echoes with the difference that echoes of this kind are oriented to content rather than form. This difference has implications in terms of the communicative role of both kinds of echoes and of their scope of application: the focus on form does not exclude the incorporation into parodic echoes of content-oriented expressions. However, such uses are subsidiary: they are simply intended to contribute to the meaning implications of formal imitation, which remains an invariant property of parodic echoes.

To account for the three variation parameters in verbal parodic echoing, the argumentation in the rest of the present article is structured as follows. Section 2 provides an overview of the notion of (verbal and non-verbal) parody with a view to determining the essential properties of this phenomenon. This overview is illustrated with a selection

of examples from different artistic domains. Section 3 introduces the notion of echoic mention in communication. This notion is illustrated with reference to ironic and parodic echoes, which are examined in terms of their convergences and divergences. Section 4 examines variation in content-oriented and form-oriented echoes. The article again discusses similarities and differences between the two types of echoes within this analytical dimension. Finally, Section 5 summarizes the main proposals made in the present study.

2. AN OVERVIEW OF TRADITIONAL EXAMPLES

Parody has a long tradition in rhetoric, literature, film, and music (Dentith, 2000; Hutcheon, 2000; Boxman-Shabtai, 2018). This section provides an overview of historical examples to set the stage for an initial characterization that will later be developed and integrated into a broader account.

One central feature of parody is its imitative role. In ancient Greek a *parodia* (literally, a song that is set ‘besides or against’ another song) was a narrative poem that imitated the style and prosody of epics (Dentith, 2000, p. 10). It was used in philosophy. For example, Timon of Phlius’ *Silloi* imitated the style and language of other philosophers while exaggerating their flaws or misrepresenting their ideas. One example is Timon’s parody of Epicurus, who believed in the pursuit of pleasure as the greatest goal in life. Timon mimicked Epicurus’ writing style using a sarcastic tone to belittle his teachings.

Parody has often been used to support satire, as in Aristophanes’ play *The Frogs* (Dentith, 2000, p. 45; Santamaría, 2015), where the god Dionysus descends to the underworld to bring back the recently deceased playwright Euripides so he could rescue Athens from its political and cultural unrest. Dionysus’ journey is a parody of the typical heroic journeys of Greek mythology and literature. Aristophanes also employs parody to ridicule the tragic poets that he finds along the way, emphasizing their shortcomings and distorting their ideas.

There are other notable examples in literature. Cervantes’ *Don Quixote* (1605, 1615) parodies romantic and chivalric literature (Fishelov, 2002). Jonathan Swift’s *Gulliver’s Travels* (1726) imitates the style and conventions of travel literature (Lund, 1988) to create fantastic settings and characters to criticize European politics and religious quarrels (cf. Pollard, 1973, p. 36). Alexander Pope’s *The Rape of the Lock* (1712) parodies the conventions of epic poetry by focusing on a trivial event—a woman’s lost lock of hair—to critique the vanity of high society (Dentith, 2000, p. 13, 192; Hutcheon, 2000, p. 11; Al-Sarhed, 2017). Mark Twain’s *The Adventures of Huckleberry Finn* (1884) parodies the popular adventure stories of the 19th century (Beidler, 1992) while satirizing American attitudes towards race, morality, and religion (Nafi & Daghamin, 2019, p. 37). More recently, Jean Rhys’ *Wide Sargasso Sea* (1966) is a feminist parody of Charlotte Brontë’s *Jane Eyre* (1847) critiquing the portrayal of women and colonialism in the original work (Herischian, 2012, p. 72).

In non-narrative literature, Jonathan Swift’s satirical essay *A Modest Proposal* (1729) parodies early 18th century Irish pamphlets that offered illogical solutions to all kinds of social problems (Wittkowsky, 1943). Swift proposes that, to solve economic problems, impoverished Irish people should sell their children as food for the rich, thus ironizing the British government’s policies towards Ireland (Booth, 1974, p. 105).

In the world of cinema, the movie *Airplane!* (1980) parodies disaster films like *Zero Hour!* (1957), a drama about a group of passengers trying to land a plane after the

pilots become incapacitated. The film is riddled with over-the-top acting and intentionally ridiculous dialogues and situations.² Examples include an air traffic controller becoming overwhelmed and abusing substances and passengers having extreme reactions to an inedible meal accompanied by nonsensical dialogue from the flight attendants. This scene imitates, in a distorted way, characteristic elements of typical in-flight meal services.

In the field of music, an example of parody is the song “Weird Al” Yankovic's *Eat It*, which imitates Michael Jackson's *Beat It*.³ In this song, Yankovic maintains the original melody and general structure of Jackson's hit (i.e., including the setting, attire, and choreography), but replaces the violent gangs and street fights of *Beat It* with humorous lyrics and situations related to food. *Eat It* replicates Jackson's red leather jacket and black felt hat, but adds food-themed clothing, such as a sandwich costume and a cake hat. *Eat It* contains amusing food-inspired dance moves, such as feigning to eat a sandwich or using a fork and knife as props, while *Beat It* has synchronized choreography and Michael Jackson's characteristic dance moves.

From these examples, we can postulate the following properties of parody:

- (i) Parody is focused on the imitation of the formal aspects of its target and, if it imitates non-formal aspects, it does so in so far as such aspects characterize a form of communication (e.g., a literary genre).
- (ii) The imitation in parody is not accurate but contains a deliberate element of exaggeration and/or distortion.
- (iii) Parody can have a comic effect.
- (iv) When it holds, the comic effect of parody arises from exaggeration or distortion.
- (v) Parody can support a critical ironic stance, which, in its literary and other artistic manifestations, can take the form of satire.

It should be noted that properties (i) and (ii) are invariant, whereas (iii), (iv), and (v) are not, despite their perceived productivity. Property (i) aligns parody with other forms of echoic communication (e.g., Galera, 2020; Ruiz de Mendoza & Barreras, 2022; Lozano, 2023). Property (ii) places parody within the purview of hyperbolic communication. The main function of hyperbole is to convey emotional impact (Peña & Ruiz de Mendoza, 2017), which, in context, can readily have a comic effect. That explains why properties (iii) and (iv) stem from property (ii). Finally, property (v) relates to the echoic and hyperbolic nature of parody specified in (i) and (ii). The use of a distorted echo communicates the parodist's dissociation from the imitated behavior, which, given an ironist's typically critical stance, facilitates additional ironic elaborations of the text.

These properties of parody and its convergences and divergences with irony will be taken up in Section 4. Since imitation in verbal irony and in verbal parody is echoic, it is now necessary to introduce the notion of echoic communication, which applies to irony as a content-oriented case of mention and to parody as a case of form-oriented mention.

² Liebenson, D. (2023) How ‘Airplane!’ became a first-class spoof, *The Washington Post*, October 18, 2023: <https://www.washingtonpost.com/books/2023/10/18/airplane-movie-book-zaz/> (accessed April 5, 2024).

³ <https://www.youtube.com/watch?v=ZcJjMnHoIBI> (accessed April 5, 2024). See Riedl, M. (2020). *Weird ai yankovic: Generating parody lyrics*. arXiv preprint arXiv:2009.12240: <https://arxiv.org/pdf/2009.12240.pdf> (accessed April 5, 2024).

3. FUNDAMENTALS OF ECHOIC COMMUNICATION

3.1. ECHOIC MENTION

An echo is a form of allusion based on the repetition of previous linguistic material. Echoic communication is grounded in the notion of *mention*, discussed in analytical philosophy in connection to the notion of use. The basic aspects of the use-mention distinction are very simple. Quine (1979, p. 23) gives, among others, the following examples:

- (1) Boston is populous
- (2) “Boston” is disyllabic.

Example (1) is a sentence about Boston. It uses the word “Boston” to refer to the famous city of Massachusetts. By contrast, example (2) is a statement about the word. It does not use the word but only mentions it. Sperber and Wilson (1981, p. 303–306) provide a more detailed discussion of these ideas in their application to the explicit-implicit distinction, which is a central topic in pragmatics. Reported speech is a clear case of mention, which can be explicit as in (3) or implicit as in (4):

- (3) Paul was stressed about the situation. “What should I do?”, he asked himself.
- (4) Paul was stressed about the situation. “What should I do?”

These two examples mention linguistic expressions, but it is also possible to mention propositions, either explicitly, as in (5), or implicitly, as in (6):

- (5) Paul was stressed about the situation. What should he do? he asked himself.
- (6) Paul was stressed about the situation. What should he do?

Sperber and Wilson (1981, p. 306) refer to examples like (3)–(6), which repeat what someone said before, as cases of *echoic mention*. They also argue that implicit echoic mention of propositions is possible beyond the domain of reported speech:

- (7) Mary: I’m tired; Paul: Oh, you’re tired. I’m tired too.

Paul’s remark, *Oh, you’re tired*, is not a case of reported speech since it is not intended to inform anyone of what Mary said. However, it is an example of implicit echoic mention of a proposition. It is used by Paul (i) to indicate to Mary that he has understood her previous utterance and (ii) to express his immediate reaction to its content. This reaction is attitudinal. Imagine Paul’s remark in (7) in a context in which Mary is obviously tired but Paul thinks that she should still attend to her duties. Paul’s echoic utterance can be taken to convey his frustration that Mary is not taking care of her obligations, while he does. In a somewhat different context where Paul thinks Mary is not tired and is simply making up a false excuse, Paul’s reaction could be understood as ironic, that is, one that conveys Paul’s reservations that Mary is telling the truth and his disapproval of her behavior.

Unlike the other kinds of echoic mention, implicit echoic mention of a proposition is often associated to attitudinal reactions. Sperber and Wilson (1981) do not

clarify why this is so, but it can be easily deduced from the distinctions that they offer. Evidently, explicit or implicit echoic mention of linguistic expressions has a metarepresentational function, as revealed by (2)-(4) above, whereas explicit mention of propositional content is focused on factual (or “offstage”) representation, as is clear from (5). The question then is: what is the function of the implicit mention of propositional content? Comparing (6) and (7) yields an interesting insight in this regard. We have already noted how Paul’s emotional reaction to the content of Mary’s assertion in (7) is associated with his echo of such content. Since this echo is not an example of reported speech, the focus cannot be representational, which gears the hearer’s attention to the attitudinal dimension of the utterance. The status of (6), however, is midway between that of representation and the expression of attitude. The reason is that (6) is a case of reported speech, but the utterance “What should he do?” is only implicitly presented as such, thus leaving room for a less factual, more subjective (or “onstage”) interpretation where the speaker places himself within the context of the decision to be made.

3.2. IRONIC ECHOES

One case where the implicit echoic mention of a proposition is clearly associated with the expression of attitude is provided by irony (Wilson & Sperber, 2012). Consider (7) again, but in a context in which Paul does not believe that Mary is tired. If Paul provides any evidence that he has reservations about Mary’s tiredness, his remark *Oh, you’re tired* will be interpreted as ironic. In this account, for an utterance to be considered ironic, the hearer requires to detect the presence of the implicit echoic mention of a proposition and to have (linguistic, paralinguistic, or contextual) evidence that the speaker feels detached from the content of the proposition.

In a recent cognitive-linguistic development of the echoic account of irony, Ruiz de Mendoza & Lozano (2021) have argued that the function of an ironic echo is to convey pretended agreement. The idea that irony results from an act of pretense comes from Clark and Gerrig (1984) and it has been strongly contested by relevance theorists (e.g., Wilson, 2006, 2013). The arguments they present have been summarized in Ruiz de Mendoza & Lozano (2021, p. 217), but these arguments are only applicable if we think of the pretense account of irony as excluding other explanations. For example, the pretense approach postulates that irony results from the speaker publicly pretending to perform a speech act but cannot explain why ironic utterances may not preserve the speech act that they target. This point can be exemplified through the following ironic reactions to Mary’s assertion *I’m tired* in (7). This utterance can be the ironic target of these other utterances, none of which preserves the assertion and/or complaint values of *I’m tired*: *Oh, you’re tired* (assuming), *You are tired, aren’t you?* (checking), *Yeah, right, you couldn’t be more tired* (agreeing). By contrast, in the relevance-theoretic echoic account there is no assumption on the speech act status of either the echoic or the echoed utterances. This is not exactly the case in the cognitive-linguistic development of the echoic account, which argues that echoic mention is the result of the activity of a cognitive operation involving the accurate or inaccurate repetition of a previous utterance or thought. This approach further maintains that ironic echoic mention conveys a generic speech act value, which is that of pretended agreement. Other speech acts conveyed by an echoic ironic expression are secondary to this general value. This observation can be illustrated by the following utterance, where Jeannette’s disappointed boyfriend pretends to encourage her to keep telling the truth: *Yeah, right, Jeannette, just keep telling the truth, as always*. This

pretended encouragement is based on Jeannette's boyfriend supposedly agreeing with her claim that she always tells the truth.

What is interesting about this cognitive-linguistic view of irony is that it integrates the apparently incompatible pretense and echoic accounts of irony. Echoic mention in ironic utterances is used to express pretended agreement that the echoed utterance or thought is true, while the opposite is the case. At the same time, this view of irony is fully consistent with the picture that emerges from the relevance-theoretic account of echoic communication offered above, where the implicit echoic mention of a proposition is used to express attitude, including ironic attitude. This extended account of echoic mention in irony will be used in the following section to contextualize our discussion of parody.

3.3. PARODIC ECHOES

Verbal parody is based on the imitation of the formal aspects of verbal behavior with the intention of communicating some attitude. It is thus similar in function to irony. However, to achieve its purpose, parody, unlike irony, does not exploit the content of what is communicated. When content is addressed in parody, that happens through the combination of parodic imitation and the use of communicative forms that call for the implicit echoic mention of a proposition, as is the case of irony. Let us see how this takes place.

We start with a simple real-life example of parody as reported to one of the authors by a fellow parishioner. A 12-year-old boy is taken to church every week by his parents to what he considers are boring Sunday School classes. After church, he gathers with his friends and performs a distorted imitation of the Sunday School teacher's voice, tone, and reading style, especially when he quotes Bible verses. The boy takes John 3:16 (KJV) ("For God so loved the world, that he gave his only begotten Son, that whosoever believeth in him should not perish, but have everlasting life") and exaggerating the teacher's hand movements and using a deep-sounding voice reads a modified version of this verse with long pauses, emphasis on every syllable, and a small but significant change in the last part (here in italics): "For God so loved the world, that he gave his only begotten Son, that whosoever believeth in him *should perish of everlasting boredom*". The features that characterize this parodic act are in essence the same that we distinguished in the overview of traditional examples of non-verbal parody in Section 2. However, here we see these features in the light of the notion of echoic mention:

- (i) The parodic act focuses on the imitation of verbal behavior; that is, it is a case of echoic mention of linguistic expression and paralinguistic aspects of verbal communication.
- (ii) Echoic mention is inaccurate on account of the (inherently hyperbolic) distortion of a selection of the formal aspects of verbal communication, whether linguistic (the repetition of utterances) or paralinguistic (tone of voice, pitch, volume, pauses, silences, and even facial expressions and gestures).
- (iii) Echoic mention can additionally be inaccurate on account of utterance content manipulation. It must be noted that any changed content still preserves its ability to evoke the original content, so that parallels can be drawn, and variation becomes more meaningful. This is often done by

retaining partial formal lexico-grammatical similarity with what was said by the parodic target. In the example above, the new content, which is a distorted echo (“perish of everlasting boredom”) of the Biblical quote, is intended to reveal the parodist’s attitude, i.e., how he feels about the parodic target (the Sunday School teacher and his classes).

(iv) In echoic mention, inaccuracy can have a comic effect.

This example does not involve irony, but it could do so by adding the implicit echoic mention of a proposition. In a situation in which part of the boy’s friends believe that the Sunday School class is exciting, the same parodic act would clash against this assumption and convey irony. As we saw in some of the examples of Section 2, a parodic act can support irony. Interestingly, the opposite is not the case (i.e., ironic acts do not support parodic acts) since irony requires a primary focus on the content of utterances, which is secondarily aided by formal issues (tone, pitch, etc.), but parody indirectly embraces content through form, which is primary.

4. VARIATION IN ECHOIC COMMUNICATION

Echoic communication is not necessarily based on a perfect repetition of content or form. Variation is possible. We now examine the role of variation in both ironic and parodic echoes. It should be borne in mind that, as mentioned above, the former are content-oriented (i.e., form is secondary) whereas the latter are form-oriented (i.e., content is secondary).

4.1. VARIATION IN CONTENT-ORIENTED ECHOES

4.1.1. *Partial repetition*

Let us consider these sentences:

(8) Johan: Jeannette sings like an angel! Paul: Yes. Like an angel!

(9) Johan: Jeannette sings like an angel! Paul: Yes. Jeannette sings like an angel!

(10) Johan: Jeannette sings like an angel! Paul: Yeah, right. Like an angel.

(11) Johan: Jeannette sings like an angel! Paul: Yeah, right. Jeannette sings like an angel.

Imagine for (8) and (9) a context in which it is evident that Paul is impressed by Jeannette’s voice and for (10) and (11) one in which Paul is not impressed at all. Paul’s verbal reaction in (8) and (10) is based on the partial repetition of what Johan has said. In (8) Paul expresses agreement with Johan’s admiration of Jeannette’s singing abilities, whereas in (10) the repetition is used ironically. This ironic meaning is cued by the two consecutive agreement adverbs (*yeah, right*) preceding the echoic utterance. It has been observed that, beyond contextual parameters, an utterance is more likely to be interpreted as ironic if there are enough verbal and non-verbal cues indicating that it communicates pretended agreement (Ruiz de Mendoza & Lozano, 2021). Given this situation, it could be thought that a partial echo is weaker as a pointer to irony than a full echo. However, this is not the case. Partial echoes, besides being more economical, draw our attention to

specific elements of the echoed material. This happens whether there is irony or not. In (8), which is not ironic, the simile *like an angel* captures the way in which Jeannette's singing impresses the hearer. In (10) the focus of attention is also on the manner component but this time to express strong skepticism. The question is that, under normal interpretive circumstances, the partial repetition featured in examples (8) and (10) is communicatively more effective than the full repetition exemplified in (9) and (11). It goes without saying that, with the help of marked stress prominence and extra vowel length, (9) could be used to convey irony too.

4.1.2. Modification

Echoic mention can experience unintended alterations due to poor recall but sometimes alterations are intended to convey special meaning effects. Such alterations can combine with partial echoes. Consider:

- (12) Source utterance: It's fun to sit around and listen to people talk.
Echoic utterance: Yeah, right. It's SÓOO much fun!

In (12) partial echoing draws our attention to the speaker's attitude of complaint, which results from the contrast between what is said in the anticipatory "it" part of the underlying construction: *It's fun to X* underscores the speaker's attitude to the propositional content conveyed by X. Focal prominence is then enhanced through the modification of the partial echo. The agreement adverbs act as conventional indices of irony (Attardo, 2000) by pointing to the pretense aspects of the act of echoic mention provided by the utterance. The echoic part of the utterance is then modified by inserting the adjectival emphasizer *so much*, which is further strengthened through a shift in its default prosodic contour consisting in marked accentual prominence (graphically shown by stress marks and small caps) and vowel lengthening (graphically shown by reduplicated vowels). This modification is intended to emphasize the attitudinal aspects of the utterance captured by the *It's fun to* part of the construction. Note that the propositional content part can also be modified. However, when this happens the meaning effect is different. Compare:

- (13) Echoic utterance: It's fun to sit around and, oh my boy, LÍISTEN to people talk.
(14) Echoic utterance: It's fun to sit around and, oh my boy, STÁAAND people talking.

The modification of the propositional content can be carried out through such communicative resources as extraclausal hedges (*oh my boy*), and other resources like the ones used in (12) (e.g., stress, vowel lengthening). The rationale behind strategies of this second kind is not to put emphasis on the speaker's general ironic attitude but to modulate some of its specific aspects. In (13) and (14) the speaker shows that he specifically resents having to listen to people talk. In (13) the resentment is implicated by the ironic tone of the utterance, while the lexical choice of (14) makes it explicit thus conveying a greater degree of annoyance.

4.1.3. Hyperbolic enhancement

Traditionally treated as a rhetorical exaggeration, hyperbole is a case of overstatement used for attitudinal emphasis. For example, in the sentence *I have a ton of homework to do*, the word *ton* is used to denote an unrealistic, virtually impossible amount of pending work. It implies that the speaker feels overwhelmed by the excess of homework. Ruiz de Mendoza (2014) has argued that this implication arises from interpreting the speaker's attitude to the real-world situation in terms of the imaginary attitude that the impossible task in the counterfactual scenario would generate. Scholars have noted that hyperbole interacts frequently with irony thus acting as a potential index of irony besides serving to enhance its attitudinal (or affective) meaning (Barnden, 2020). Consider again example (11) in a context where it is clear to the speaker, but not to the hearer, that the person in question sings rather poorly. The hyperbole in *like an angel* is more powerful than other laudatory expressions such as *very well*, *great*, *beautifully*, etc. Because of this, it serves to enhance the speaker's ironic attitude much like modified echoes. Hyperbole can also enhance the attitudinal component of ironic meaning when operating from outside the main irony-bearing unit. Consider (15), uttered by a frustrated speaker who feels that he has wasted an excess of time on a tedious task:

(15) [a] I'm so excited to spend long hours on my income tax report. [b] Nothing better than this!

Example (15) contains an initial ironic sentence (part [a]) followed by a reinforcing comment (part [b]). Part [a] is based on the construction *I'm so excited to X*, which, in its non-ironic use, creates the expectation that the speaker likes what X denotes. The fixed part *I'm so excited to* is echoic of what people exclaim when X holds true, but in (15) this echo clashes with the real-world scenario depicted by X. The ironic meaning implication is that the speaker is not excited to engage in X. In this ironic context, the inherently hyperbolic expression in part [b], which is external to the previous ironic sentence, is also echoic of what people say when they really like something, thus reinforcing the negative attitudinal inference arising from part [a].

4.1.4. Complexity

Complexity in irony has been investigated in Ruiz de Mendoza and Lozano (2019). We summarize three basic strategies used to produce complex ironic echoes. One is *compounding*, where the speaker uses syntactic mechanisms (e.g., interclausal paratactic coordination) to bring together into a single ironic utterance two separate but potentially relatable echoes:

(16) Yeah, sure, John, you do all the hard work and I just hang around with my friends!

In (16) imagine a situation where both the speaker, Paul, and the hearer, John, work very hard but John, although aware that Paul also works hard, seems to ignore his efforts. In this context, *you do all the hard work* echoes John's belief that he is the one that puts in the most effort, while *I just hang around with my friends* echoes the potential (and erroneous) implication that Paul's efforts are irrelevant. This echo is intended to

make John aware of this potential implication and of how unfair it is. Adding the second echo involves greater echoic complexity but it makes the resulting ironic act more powerful.

A second strategy, *cumulation*, is based on the consecutive appearance of different but semantically related echoic terms which apply to the same target situation: *Yes, sure, she's an angel, a gem, a real treasure!* The communicative impact of this strategy rests on the enhancing effect of successive addition.

The third option is *chaining*, a rebuttal strategy where the speaker echoes a previously echoed thought. Imagine that Jeannette fantasizes about her neighbor having a secret identity as a spy. Her best friend, Elizabeth, ironizes: *Yeah, right, she surely is the new Mata Hari!* To their surprise, one day, as they watch the news, Jeannette and Elizabeth are shocked to learn about Jeannette's neighbor's arrest on charges of espionage. Jeannette then ironizes back on her friend's previous remark: *Yeah, right, she surely is the new Mata Hari!*

4.2. VARIATION IN FORM-ORIENTED ECHOES

Verbal parody imitates the form of messages. However, the way in which this is done, with meaningful variations in terms of the selection of the features to echo and in their realization, can direct our attention to some aspects of the content. Unlike ironic echoing, where partiality can work independently of other variation dimensions, verbal parodic echoing is selective, which disfavors the use of full echoes. In addition, either partial or full echoes will generally be weak unless combined with other forms of variation.

4.2.1. Partiality and modification

Parodists tend to be selective in imitation. The example of the 12-year-old boy provided above is a case in point. The boy chooses the aspects of the Sunday School teacher's manner of teaching that he thinks are more likely to elicit laughter. The same holds for the stock examples of verbal and non-verbal parody overviewed in Section 2, all of which select only some aspects of the parodic target. The question, then, is not when parodic echoes are partial but when and why they are sometimes a complete imitation of everything someone says including voice, tone, and mannerisms.

In principle, a non-partial parodic act, based on full imitation of form, is possible, but, when that happens, other dimensions of inaccuracy, such as modification and hyperbole, can be recruited to make this kind of act communicatively relevant. The following parody sketch of a famous TV host illustrates this parody type:

- (17) TV host: Welcome back to the show! We've got an exciting lineup of guests and performances for you today. Our first guest is the one and only Will Smith, the talented multi-award-winning actor and film producer. Let's give him a big welcome!

Parody host: Welcome back to the show! We've got an exciting lineup of disgusts and grievances for you today. Our first disgust is the one and only Will Smith, the talented multi-award-winning hitter and havoc-wrecker. Let's give him a big unwelcome!

In (17) the parody results in acid humor. Beyond formal imitation and possible paralinguistic distortions, central to its humorous effect is the meaningful substitution of some words for others (sometimes similar sounding ones) that evoke the infamous incident in which Will Smith slapped Chris Rock during the 94th Academy Awards. In this case, modification is carried out through *simple substitution*, which is based on a one-to-one replacement. But substitution can be complex, as will be discussed in connection to cumulative parodic echoes in the next section.

4.2.2. Complexity

Parodic echoes are sensitive to compounding, cumulation, and chaining. Let us take compounding first. Compounding occurs when two parodic acts are combined into one. Consider the situation in which a teacher usually starts her lessons at school by saying *Waiting to start* while impatiently waiting for her students to stop making noise. Then, she usually finishes by saying *Homework for tonight*. One day before the teacher arrives at class a student imitates her saying *Waiting to start* with an exaggerated tone and pitch. Another student responds by repeating her finishing remark. A third student combines the two parodic utterances into one:

(18) Waiting to start! Homework for tonight!

Compounded parodic echoes can have a higher impact than their contributing echoes in isolation. This happens because each echo highlights complementary behavioral aspects of the target of the parody. This form of combining parodic echoes runs parallel to compounding in ironic echoes, with the only difference that in the case of irony the focus is on the content and its associated attitudinal implications. However, given the many aspects of form involved in parody, there are other ways of integrating parodic echoes. For example, we can adapt a movie character's way of speaking to that of another character. Imagine using the deep, mechanical, authoritarian voice of "Star Wars" character Darth Vader on the lips of "The Godfather" character Don Corleone to utter the latter's famous catchphrase:

(19) I'm gonna make him an offer he can't refuse.

This catchphrase occurs when Corleone's godson Johnny Fontane asks him for a favor. Fontane, who wants to become a film actor, has been rejected by the producer, so he needs Corleone's help to get the role. The phrase is a warning and a promise, suggesting that rejecting the offer could have dire consequences. This line is often used as a shorthand reference to the power of organized crime and the lengths to which criminals will go to achieve their goals. Using Darth Vader's voice features adds to the seriousness of the warning.

Parodic compounding can be a useful strategy to convey contrasts in content that are subsidiary to the humorous effects produced by the contrasts in form. For example, consider the political rivalry between Donald Trump and Joe Biden. Trump's slogan *Make America Great Again* aimed to evoke a sense of nostalgia for a perceived better time in American history, which he associated with restricting immigration, reducing government regulation and taxes, increasing military spending, and projecting a more assertive foreign policy. By contrast, Biden's slogan, *Build Back Better*, conveyed the

idea of not just recovering from the economic and social impacts of the COVID-19 pandemic, but also creating a more resilient, sustainable, and equitable society in the process. The parodic compounding of both slogans into *Make America Great Again, Build Back Better*, accompanied by an exaggerated gestures and voice tone, is potentially humorous. However, the second element of the compound can be interpreted as specifying the way to carry out the goal stated in the first, thus criticizing Trump's message and suggesting that America will become great through improved focus on infrastructure, clean energy, education, healthcare, and social welfare. Since parody generally involves mocking imitation, the criticism involved in the content of the parodic expression should be interpreted from this perspective; that is, parody provides the attitudinal element necessary to understand the implied message.

The second complexity strategy is cumulation. In parodic echoes cumulation requires the sequencing of successive alternates of an element of form, optionally accompanied by exaggerated tone and pitch, to create a feeling of disproportion (like the one created by hyperbole in content-oriented echoes) with enhanced humorous effects. Consider the following variant of the parody in (17):

(20) Our first disgust and our worst distrust is the one and only Will Smith, the talented multi-award-winning hitter, walloper, spanker, and havoc-wrecker.

In (17) substitution was based on simple one-to-one replacement. In (20) the parodic modification meaning effect created by substitution is enhanced by adding *worst distrust* to *first disgust* as a more elaborate substitute for *first guest* thereby giving rise to *complex substitution* through cumulation. In addition, *walloper* and *spanker* combine with *hitter* to create a *substitute complex* for *actor*. Cumulation is thus a mechanism to contribute to modification. Like simple substitution, it is based on formal manipulation. However, the alternate formal elements are chosen not only to produce form-oriented imitation but also as a way of using content to contribute to the overall humorous effect of the parody. This contribution is secondary to form, which is the primary object of imitation.

Another example of the meaning impact of complex versus simple substitution in the context of cumulation is provided by the contrast between (21) and (22) as parodic variants of the famous *Star Wars* quote *May the Force be with you*, used by Obi-Wan Kenobi throughout his career as a Jedi:

(21) May the Sauce be with you.

(22) Yeah, may this tangy, zesty, irresistible Sauce be with you, as you embark on this savory quest.

The context for these two examples is a group of friends gathering for a barbecue. One of them is in charge of preparing the sauce for the grilled meat and, as they begin cooking, another member of the group playfully passes the remark in (21) and another friend reacts by uttering (22). The parody in (21) goes beyond humorous substitution by incorporating a metaphor that draws a parallel between the importance of the Force in the *Star Wars* universe and the significance of sauce in enhancing the flavor of meat. Just as the Force, when harnessed by gifted individuals, ensures favorable outcomes in various situations, a good sauce plays a crucial role in elevating the taste of meat. This metaphor adds depth to the parody, highlighting the essential nature of both

elements within their respective contexts. Then, the reaction in (22) uses a cumulation strategy, returning the parody to its primarily humorous role partially lost in (21) while emphasizing the required properties of the sauce.

Finally, parodic echoes can acquire complexity through chaining. As with ironic echoes, where interlocutors can ironize over each other's ironies, a parodic act can be the target of another parodic act. This requires the imitation of a previous imitation. Reconsider the first echo of example (18) again, which parodied a teacher's way of showing her apparent indifference to her students' unruly behavior. One student imitates her by reproducing her typical initial remark: *Waiting to start*. Another student, tired of his classmate's habit of mimicking their teacher decides to mock his classmate's imitation by repeating the same utterance while distorting the distinctive elements of the classmate's parodic performance (e.g., voice tone, pitch, facial expression, and gestures). It must be noted that parodic chaining may also exploit modification and complexity strategies. To illustrate this point, consider the famous line *I am the king of the world!*, uttered in the movie *Titanic* by excited third-class passenger Jack Dawson (played by Leonardo DiCaprio), who shouts it while standing with his arms outstretched on the railing of the Titanic. During a casual gathering of friends in the backyard of one of their houses, one of them stands at a picnic table, spreads his arms and shouts out *I am the king of the backyard!* This parody replaces *world* with *backyard* to humorously bring the grandiose statement down to a more mundane setting. Later, when the group moves inside the house, another friend decides to parody the first friend's imitation. He stands on a chair in the living room, raises one arm, and proclaims *I am the emperor of the living room!* This second parody takes the imitation a step further by changing *king* to *emperor* and *backyard* to *living room*, further exaggerating the contrast between the original grand statement and the ordinary domestic setting.

5. CONCLUSION

This article has addressed two aspects of echoic communication that have largely gone unnoticed in the literature: (i) the focus on content or on form and (ii) echoic variation. We have discussed parallels and differences between two characteristic examples of echoic uses of language in relation to both aspects of echoic communication: ironic echoes and parodic echoes.

Both types of echoes convey attitudinal dissociation, which in irony is perceived as criticism (from mere skepticism to acid disparagement) that may or may not combine with humor. In parody its primary role is to achieve a comic effect, which, because of deliberate exaggeration, tends to be felt as mockery. In parody the echoed content is largely irrelevant but not so the content changes arising from variations in form, which are intended to enhance the comic effect.

Echoic variation involves the production of partial and/or otherwise modified echoes (e.g., through hyperbolic enhancement). In irony, partial echoes have a focal function, which can be complemented with modification and complexity strategies. Full echoes are used when no special focal attention is needed or when modification is enough to highlight the elements of the utterance that need special attention. By contrast, in verbal parody full echoes have no clear role since the parodist only imitates those aspects of someone's verbal behavior that are relevant for comic effect. In this situation, variation has a greater enhancement role than in irony, since it adds to focal attention to place special emphasis on the elements of the echo that are particularly meaningful. Echoic

complexity is also used for emphasis, both in irony and in parody. The two phenomena share the same complexity strategies: compounding, cumulation, and chaining. In irony, compounding creates a single ironic utterance by combining two relatable echoes. In parody, compounding involves the combination of two parodic acts into one. Cumulation sequences meaning alternates in irony and form alternates in parody. Finally, chaining consists of echoing a previous echo to question its content (irony) or its attitudinal implications (parody).

ACKNOWLEDGEMENTS

This publication is part of the R&D&i projects PID2020-118349GB-I00 and PID2023-146582NB-I00 funded by MICIU/AEI/10.13039/501100011033. We want to express our gratitude to Sandra Peña Cervel (University of La Rioja) and the anonymous reviewers of this article for their comments on previous versions of this article. Any remaining weaknesses are the sole responsibility of the authors.

REFERENCES

- Al-Sarhed, Sharefa (2017). A look into mock epic poetry: The rape of the lock by Alexander Pope. *International journal of social science and humanities research*, 5(2), 43–54.
- Attardo, Salvatore (2000). Irony markers and functions: Towards a goal-oriented theory of irony and its processing. *Rask. International Journal of Language and Communication*, 12(1), 3–20.
- Bakhtin, Mikhail (1981). *The dialogic imagination*. University of Texas Press.
- Barnden, John (2020). Uniting irony, hyperbole and metaphor in an affect-centred, pretence-based framework. In A. Athanasiadou & H. L. Colston (Eds.), *The diversity of irony* (pp. 15–65). De Gruyter Mouton.
- Beidler, Gretchen (1992). Huck Finn as tourist: Mark Twain's parody travelogue. *Studies in American Fiction*, 20(2), 155–167.
- Booth, Wayne (1974). *Rhetoric of irony*. University of Chicago Press.
- Boxman-Shabtai, Lillian (2018). Reframing the popular: A new approach to parody. *Poetics*, 67, 1–12.
- Clark, Herbert & Gerrig, Richard (1984). On the pretense theory of irony. *Journal of Experimental Psychology*, 1, 121–126.
- Cuddon, John Anthony (1998). *Dictionary of literary terms & literary theory*. Penguin Books.
- Dentith, Simon (2000). *Parody*. Routledge.
- Dupriez, Bernard (1991). *A dictionary of literary devices*. Harvester Wheatsheaf.
- Fishelov, David (2002). Parody, satire, and sympathy in Don Quixote and Gulliver's Travels. *Connotations*, 12(2-3), 126–138.
- Galera, Alicia (2020). The role of echoing in meaning construction and interpretation. A cognitive-linguistic perspective. *Review of Cognitive Linguistics*, 18(1), 19–41.
- Herischian, Nazila (2012). Jean Rhys's Wide Sargasso Sea as a Hypertext of Charlotte Brontë's Jane Eyre: A Postmodern Perspective. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, 1(6), 72–82.
- Hutcheon, Linda (2000). *A theory of parody. The teachings of twentieth-century art forms*. University of Illinois Press.

- Lozano, Inés (2023). A multidimensional approach to echoing. Categories, uses, and types. *Review of Cognitive Linguistics*, 21(1), 210–228.
- Lund, Roger (1988). Parody in Gulliver's Travels. In E. J. Rielly (Ed.), *Approaches to teaching Swift's Gulliver's Travels* (pp. 81–88). Modern Language Association.
- Nafi, Jamal & Daghamin, Rashed (2019). Twain's handling of humor and satire in his novel the adventures of Huckleberry Finn. *European journal of English language and literature studies*, 7(4), 33–47.
- Peña, Sandra & Ruiz de Mendoza, Francisco (2017). Construing and constructing hyperbole. In A. Athanasiadou (Ed.), *Studies in figurative thought and language* (pp. 41–73). John Benjamins.
- Pollard, Arthur (1973). *Satire*. Methuen.
- Quine, William Van Orman (1979). *Mathematical logic*. Harvard University Press.
- Rossen-Knill, Deborah & Henry, Richard (1997). The pragmatics of verbal parody. *Journal of Pragmatics*, 27, 719–752.
- Ruiz de Mendoza, Francisco (2014). Mapping concepts. Understanding figurative thought from a cognitive-linguistic perspective. *Spanish Journal of Applied Linguistics*, 27(1), 187–207.
- Ruiz de Mendoza, Francisco (2017). Cognitive modeling and irony. In A. Athanasiadou, & H. Colston (Eds.), *Irony in language use and communication* (pp. 179–200). John Benjamins.
- Ruiz de Mendoza, Francisco & Barreras, María Asunción (2022). Linguistic and metalinguistic resemblance. In A. Bagasheva, B. Hristov & N. Tincheva (Eds.), *Figurativity in life and science* (pp. 15–41). John Benjamins.
- Ruiz de Mendoza, Francisco & Lozano, Inés (2019). A Cognitive-Linguistic approach to complexity in irony: Dissecting the ironic echo. *Metaphor and Symbol*, 34(2), 127–138.
- Ruiz de Mendoza, Francisco & Lozano, Inés (2021). On verbal and situational irony: Towards a unified approach. In A. Soares da Silva (Ed.), *Figurative language: Intersubjectivity and usage* (pp. 213–240). John Benjamins.
- Santamaría, Marco Antonio (2015). The parody of the Katabasis-motif in Aristophanes' Frogs. *Les Études classiques* 83, 117–136.
- Sperber, Dan & Wilson, Deirdre (1981). Irony and the use-mention distinction. In P. Cole (Ed.), *Radical pragmatics* (pp. 295–318). Academic Press.
- Wilson, Deirdre (2006). The pragmatics of verbal irony: Echo or pretence? *Lingua*, 116, 1722–1743.
- Wilson, Deirdre (2013). Irony comprehension: A developmental perspective. *Journal of Pragmatics*, 59, 40–56.
- Wilson, Deirdre & Sperber, Dan (2012). Explaining irony. In D. Wilson & D. Sperber (Eds.), *Meaning and relevance* (pp. 123–145). Cambridge University Press.
- Wittkowsky, George (1943). Swift's Modest Proposal: The Biography of an early Georgian pamphlet. *Journal of the History of Ideas*, 4(1), 75–104.

Reseñas / *Book reviews*



Reseñas / *Book reviews*

Metaphor in Socio-Political Contexts (Manuela Romano, ed.), Berlin: De Gruyter Mouton, 2024, VI + 334 pages. ISBN: 978-3-11-100125-8. Precio 146,12€). *Reviewed by Ignasi Navarro i Ferrando, Universitat Jaume I.* <https://orcid.org/0000-0001-6475-3034>

Reseña recibida el / *Review received:* 2025-02-01

Reseña aceptada el / *Review accepted:* 2025-02-03

This collective work explores metaphor in socio-political discourse through a socio-cognitive lens, offering the reader (i) insight into metaphor as a potent ideological instrument; (ii) a focus on exploring the role of metaphor in emerging (multimodal) discourses and genres of contemporary digital communication; and (iii) a defence of empirical and corpus-based evidence, essential for creating more accurate connections between cognition, linguistic factors, and social meaning.

The book addresses the need for a comprehensive approach to studying framing in social media communication, offering insights into the complex, layered nature of institutional realities and group interactions within communities. The book highlights the social role of metaphors as conceptual representations of social and institutional realities (Searle, 1995), along with their linguistic forms that help shape these realities. The various contributions in this collection significantly add to the growing body of research in the social

sciences, revealing the diverse discursive strategies used to influence public acceptance of ideologies and institutional structures, even when they may not benefit citizens. Some papers also explore counter-discourses promoting resistance and opposition. Overall, the work serves as a vivid reflection of the ongoing struggle for ideological dominance in today's social media landscape, marked by competing ideologies and social forces.

Additionally, the book underscores the importance of human cognition in these processes, supporting a triangulation between discourse, society, and cognition (Romano and Porto, 2016). It consistently applies corpus-based discourse methods and a critical, usage-based socio-cognitive approach to language and metaphor. Several papers recognize the significant role of metonymy in social cognition, especially as metonymic usage often emphasizes perceptual aspects of identity. A notable achievement of the book lies in its focus on the dynamic

relationship between metaphor and social discourse, particularly the creative and constructive aspects of ideological frame-building. The work also explores the interplay between metaphorical convention and creativity, examining their framing effects on audiences. The impact of these effects—whether they are accepted, resisted, or contested—has become an increasingly important area of study for discourse analysts and psycholinguists, especially in today's world of ideological conflict and debate.

Furthermore, the research within this work analyses a broad spectrum of media genres and modes, illustrating how metaphors construct ideological frames. These range from conventional forms, such as news, interviews, political debates, and cartoons, to more informal social media discourses like microblogs, *Tumblr*, and *Twitter*, and even extend to artistic forms like street art and sculpture. This diversity highlights the significance of multimodal metaphors in contemporary social discourse.

The book is organized into an introductory chapter followed by three sections, (I) *Construing reality through metaphor*, (II) *Contesting the world through metaphor*, and (III) *Performing ideology through multimodal metaphor*, amounting to 13 contributions. The studies provide empirical research linking metaphor to the interpretation of ideology, persuasion, and protest.

Manuela Romano's introductory chapter offers a fresh and compelling perspective on metaphor as an interactional and context-dependent phenomenon. She provides key insights into its role in communication and societal transformation while presenting an overview of the extensive research on metaphor in social and political discourse over the past two decades. The chapter highlights the convergence of Cognitive

Linguistics and Critical Discourse Analysis into what Romano calls "Critical Socio-Cognitive Discourse Analysis," which integrates social and linguistic aspects with cognitive dimensions. She traces the evolution of metaphor from a primarily embodied, individual, and cognitive mechanism to a dynamic, communal, historical, and social process. Romano explores how ideology is constructed through metaphorical framing and socially situated variables, emphasizing that metaphor shapes ideological frameworks across diverse genres and modes. She advocates for establishing clear connections between linguistic elements and socio-political meanings through empirical, mixed-method approaches, using authentic data. Additionally, she underscores the importance of defining explicit procedures for identifying and classifying verbal and multimodal metaphors. While the book's objectives are ambitious, its contributions successfully meet these theoretical and methodological challenges.

Part I, "*Construing Reality Through Metaphor*," examines how specific interpretations of social reality are construed (Chapters 1–5). In Chapter 1, Cuenca and Romano analyse Spanish digital media, confirming that similes and metaphors are conceptually, cognitively, and discursively distinct. Similes tend to be more specific in their source and mapping, with differences primarily influenced by whether the sources are conventional or creatively constructed. Chapter 2, by Filardo-Llamas and Roldán-García, explores how *Tumblr* users activate frames for gender construal in discourse related to cultural knowledge. The authors identify the most frequently used frames in shaping queer identity and highlight their pedagogical role in reshaping contemporary perspectives on gender. In

Chapter 3, Koller examines the ideological and discursive strategies used in British news portrayals of refugees. Her findings indicate that left-leaning publications reference refugees more frequently and with greater diversity while right-leaning outlets use more emotionally charged language. Koller argues that the British press often represents refugees as vulnerable and relatable, fostering a sense of community acceptance. Chapter 4, by Peterssen and Soares da Silva, investigates how far-right populist leaders Santiago Abascal (Spain) and Jair Bolsonaro (Brazil) employed metaphorical narratives about the COVID-19 pandemic on social media. The authors illustrate how polarizing metaphors reinforce inter-group divisions, promote exclusionary and extremist ideologies, and construct nationalist, conservative identities through self-legitimization and the delegitimization of the "Other." The contrasts between Spanish and Brazilian socio-political contexts are reflected in the different source domains and metaphor usage frequencies. Finally, Chapter 5 focuses on the discursive functions of metaphor and the mapping strategies that fulfil these roles. Đurović and Silaški highlight creative, innovative, and idiosyncratic mappings that make metaphor a powerful tool for social action.

Part II, "*Contesting the World Through Metaphor*," explores how metaphorical models and construals can challenge and counteract various emerging social phenomena. In Chapter 6, Musolff examines the intersection of conspiracy theories and cognitive models, such as war, highlighting how their blending may contribute to violent and anti-social behaviours. He argues that countering these narratives in discourse is essential for dismantling

war-based metaphorical frameworks. Chapter 7, by Porto, investigates the role of metaphor in shaping societal perspectives on health, the environment, and education within digital social media. She explains how reframing these topics by rejecting conventional metaphors and introducing innovative alternatives can foster new attitudes and values that replace pre-existing social norms. In Chapter 8, Tay, Yin, and Yu analyse the persistence of metaphor variations in blame discourse. They track the emergence of novel metaphors, identifying critical points in their lifespan and patterns of decline.

Part III, "*Performing Ideology Through Multimodal Metaphor*," explores how ideological expressions take shape across different media and modes through metaphor. In Chapter 9, Asenjo and Muelas-Gil examine Irish Catholic and Protestant murals, highlighting similarities and differences in the metaphorical representation of women. Chapter 10, by Forceville, provides a practical guide to recognizing and interpreting visual metaphors. He emphasizes the importance of cultural, intertextual, and temporal contexts, as well as the interaction between metaphorical and non-metaphorical elements in cartoons. In Chapter 11, Górska investigates how Poland's recent socio-political history influences the metaphorical interpretations of visual public art. Finally, in Chapter 12, Hart analyses the ideological and persuasive impact of metaphorical framing in protest discourse. He demonstrates how these metaphors can legitimize or delegitimize both government authorities and protesters, shaping public perception and narrative control.

Overall, the book successfully fulfils its goals by offering a valuable resource on various aspects of

conceptual representations of ideology, contestation, and protest across linguistic and other media. It significantly contributes to the existing literature on social reality, discourse, and their cognitive interpretations. Moreover, the

book broadens perspectives on how these representations influence everyday life in modern society. I highly recommend it to anyone interested in exploring the role of figurative language and discourse in shaping ideology and social reality.

REFERENCES

- Romano, Manuela & Porto, María Dolores (Eds.) (2016). *Exploring Discourse Strategies in Socio-Cognitive Interaction: A Multimodal and Cross-linguistic Approach*. John Benjamins.
- Searle, John R. (1995). *The construction of Social Reality*. The Free Press.



Reseñas / *Book reviews*

Reflexiones, ideas y consejos para la docencia de ELE: claves para una práctica efectiva (Luminita Tunsoiu, Sandra Iglesia-Martín y Isabel Gibert), Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2023, 134 págs. ISBN: 9786063718236. PRECIO 12 €. *Reseñado por Carles Navarro Carrascosa, Universidad de Valladolid.* <https://orcid.org/0000-0002-0303-982X>

Reseña recibida el / *Review received:* 2024-07-22

Reseña aceptada el / *Review accepted:* 2024-09-23

La formación de profesores de Español como Lengua Extranjera no es un ámbito novedoso, como demuestran la cantidad de cursos que se ofrecen en los distintos centros docentes, incluso los títulos de posgrado (especialmente, los másters), tanto propios como oficiales, que se imparten en las distintas universidades. Los principios docentes que se plantean como contenidos en estos planes de formación suelen girar en torno a documentos de referencia básicos, como el *MCERL* (2002) o el *Plan Curricular* del Instituto Cervantes (2006). La programación, la evaluación y la elaboración de materiales son solo algunos de los temas que deben tratarse en la formación del profesorado de lenguas extranjeras.

En este sentido, el manual que se presenta en esta reseña, no solo cumple los principios básicos para ser una buena guía en la formación docente y didáctica de ELE; sino que va más allá. El libro *Reflexiones, ideas y consejos*

para la docencia de ELE: claves para una práctica efectiva marca la diferencia con el resto de manuales para la formación docente por varios motivos. En primer lugar, sus autoras no solo son formadoras de docentes de ELE en activo, sino que ninguna de ellas ha abandonado el aula de didáctica de ELE y siguen instruyendo a extranjeros en el aprendizaje de la lengua española, factor que no suele darse en la mayoría de autores e investigadores en ELE. En segundo lugar, la redacción y el planteamiento del manual proponen una lectura activa (incluso, interactiva), ofreciendo reflexiones en determinados momentos de los distintos capítulos, para que los lectores puedan pensar en los temas que se han presentado y plantearse su propia actuación en las situaciones propuestas.

El libro se divide en cinco capítulos, cada uno de los cuales pone el foco en uno de los temas básicos para la formación docente. El capítulo 1 trata

sobre la planificación docente; el segundo capítulo se centra en la comunicación en el aula y cuestiones derivadas de este tema; en el tercero, las autoras se centran en la afectividad en el aula y en cómo se puede plantear; el capítulo 4 se centra en los materiales docentes y en cuestiones sobre la selección y el diseño; y el último capítulo plantea cuestiones relevantes sobre la evaluación.

En el capítulo primero, titulado "Una buena planificación, la clave del éxito", las autoras enfatizan que una enseñanza exitosa comienza con una planificación metódica, fundamentada en un análisis de necesidades. Este proceso se centra en el alumno, identificando sus necesidades lingüísticas y estableciendo prioridades grupales. El libro detalla diversos tipos de necesidades, tanto objetivas como subjetivas, siguiendo la clasificación de García Romeu (2007). La planificación debe ser continua, adaptándose a las necesidades cambiantes del alumnado. Las autoras proporcionan un formato estructurado para el plan de clases, abordando factores como la identificación del grupo, objetivos, contenidos, secuenciación de actividades y materiales necesarios. Asimismo, enfrentan los desafíos de grupos heterogéneos, sugiriendo el aprendizaje cooperativo y las comunidades de práctica de Wenger (2010) como estrategias efectivas.

En el segundo capítulo, "Cuestiones de comunicación en el aula", se parte de la idea de que la comunicación efectiva en el aula es fundamental. Se dedica una sección a la importancia de dar instrucciones claras, ya sean orales o escritas, y resalta la necesidad de un enfoque ritualizado para mejorar la comprensión estudiantil. Las autoras discuten el fomento de la competencia comunicativa y las sutilezas

de la interacción en el aula, incluyendo la toma de turnos y la comunicación no verbal. Se recomiendan, con acierto, tipologías de actividades de interacción, como entrevistas, juegos de rol y debates, para mejorar el compromiso del estudiante.

El capítulo tres se enfoca en la afectividad en el aula, la cual es calificada como esencial para un ambiente de aprendizaje positivo. Las autoras observan que los métodos comunicativos pueden inducir más ansiedad en comparación con los métodos tradicionales, lo cual justifica la importancia de abordar las emociones de los estudiantes para minimizar la ansiedad. Se resaltan los beneficios de un ambiente de apoyo tanto para los estudiantes como para los profesores, proponiendo estrategias para la resolución de conflictos, la motivación y la creación de un sentido de pertenencia a través de actividades rompehielo. Se plantea un llamamiento a las instituciones para apoyar la motivación del profesorado, subrayando su impacto en la dinámica del aula.

El capítulo cuarto se dedica a los materiales para la práctica docente. La selección y el diseño de materiales adecuados es otro punto relevante. En esta parte se subraya la importancia de evaluar los materiales en función de las destrezas practicadas y se ofrecen pautas para este proceso. Las autoras abogan por materiales que promuevan la autoevaluación y la coevaluación, las cuales apoyan el aprendizaje cooperativo. Se fomenta la creación de materiales propios, enfatizando propósitos comunicativos reales y la relevancia cultural. Además, se plantea el debate sobre la posible desconexión entre los materiales y la realidad del aula, defendiendo la implicación del docente en el desarrollo de actividades.

El último capítulo aborda uno de los temas más importantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje: la evaluación. Este asunto se plantea como un punto que va más allá del *feedback* final, incorporando la evaluación formativa, que se centra en el proceso de aprendizaje. El libro explora diversas preguntas sobre evaluación y resalta la importancia del análisis del error. Los errores son considerados como oportunidades de aprendizaje, con técnicas específicas sugeridas para

diferentes tipos de actividades. Las autoras apuestan por un enfoque integral de la evaluación, considerando tanto objetivos lingüísticos como de aprendizaje más amplios.

En definitiva, este manual es un recurso esencial para los educadores de ELE. Ofrece estrategias prácticas, reflexiones profundas y un enfoque holístico para la enseñanza del español, convirtiéndolo en una adición valiosa al arsenal de cualquier docente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Consejo de Europa (2002). *Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza de Lenguas*. En https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf
- García Romeu, Juan (2007). *Análisis de necesidades, negociación de objetivos, autoevaluación: una aplicación didáctica para evaluar y adaptar programaciones de cursos de nivel avanzado*. Trabajo final de máster. Universidad de Nebrija.
- Instituto Cervantes (2006). *Plan curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia para el español*. Edelsa.
- Wenger, Étienne (2010). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge University Press.



Reseñas / *Book reviews*

Corpus lingüísticos y enseñanza de lenguas (Maribel Serrano, ed.), Lleida: Editorial Universitat de Lleida, 2024, 150 págs. ISBN: 978-84-9144-469-5. PRECIO 18 €. Reseñado por M^a Teresa Miramón Escribano, *Universidad Rey Juan Carlos*. <https://orcid.org/0000-0001-7412-7280>

Reseña recibida el / *Review received*: 2024-06-10

Reseña aceptada el / *Review accepted*: 2025-01-23

Corpus lingüísticos y enseñanza de lenguas aúna una colección de artículos en torno al tema de los corpus en la lingüística española y cómo estos conjuntos de textos pueden ayudar al lingüista a encontrar datos empíricos y pertinentes con los que identificar distintos fenómenos lingüísticos objeto de estudio. Dada la necesidad, en el campo de la enseñanza del español como lengua extranjera (ELE) de investigar distintos aspectos de la interlengua de los estudiantes, en este volumen se pueden encontrar varios artículos enfocados a la descripción de corpus lingüísticos de aprendices de ELE, especialmente dirigidos a identificar características del habla de estudiantes sinohablantes.

La enseñanza de ELE en China ha observado un crecimiento exponencial en los últimos años, y hay una necesidad de contar, en primer lugar, con estudios rigurosos basados en datos y, en segundo lugar, con materiales de enseñanza contruidos a partir de dichos estudios. Por eso, el libro presenta un tema actual y de especial interés. Este

monográfico cuenta con una introducción general y nueve capítulos. Cada uno de ellos se centra en un aspecto diferente del campo de estudios de los corpus lingüísticos.

La primera contribución que se muestra es de Marta Albelda, perteneciente al Grupo de investigación Val.Es.Co. (Universitat de València), y trata el tema de la explotación de los corpus lingüísticos y discursivos para perseguir objetivos didácticos en la enseñanza de lenguas extranjeras. La autora propone dos caminos para explotar la utilidad de estos conjuntos de textos. Por un lado, utilizando el método *data-driven learning* (Johns, 1991), que se nutre de corpus de concordancias para enseñar aspectos gramaticales y léxicos y, por otro lado, usando corpus de acceso directo al texto para mostrar cuestiones pragmático-discursivas. Albelda señala la falta de modelos que abran camino para desarrollar actividades que permitan una explotación docente para la enseñanza y aprendizaje de lenguas extranjeras, y su trabajo ofrece claves para ejecutar ejercicios que permitan el

aprendizaje inductivo a partir de la exposición a datos. La autora explica el potencial del aprendizaje inductivo con el método *data-driven learning* y presenta ejemplos de actividades usando corpus de concordancia, ofreciendo al lector orientación sobre este asunto. Por último, también señala la importancia en la enseñanza de ELE de los corpus de nativos para desarrollar cuestiones discursivas y pragmáticas. Para ello, pone el foco en la explotación de corpus de conversaciones espontáneas debido a su importancia contextual y por ser expresiones naturales, primarias y prototípicas de la comunicación humana.

Después de esta aportación, los siguientes tres capítulos están enmarcados en el proyecto *Elaboración y catalogación de un corpus de textos escritos en ELE producidos por estudiantes sinohablantes*, desarrollado por el grupo LECCEL (Lenguas en Contacto y Enseñanza de Lenguas). El fruto de este proyecto fue la creación de un corpus lingüístico textual digitalizado, de amplias dimensiones y representativo, especializado en aprendices de ELE sinohablantes. Este conjunto de textos se materializó en la creación del CINEAS¹, y M^a Ángeles Calero, investigadora principal del proyecto, abre esta serie de contribuciones que se sitúan en torno al citado corpus.

En este capítulo, Calero hace una revisión sobre distintas taxonomías de errores existentes en el contexto del aprendizaje de ELE en lingüística de corpus, para identificar criterios básicos y comunes que abarquen las dificultades esenciales y que permitan establecer una clasificación generalizable.

Además de esto, repasa las diferentes aplicaciones informáticas existentes para la anotación de errores en

corpus lingüísticos de aprendices de ELE, y describe la herramienta *TextAnnot*, creada sobre la base del CINEAS y a disposición de la comunidad científica para anotar corpus lingüísticos informatizados. Calero hace hincapié en la importancia de los programas informáticos de etiquetado de errores para avanzar “1) en la descripción de la interlengua de estudiantes de ELE, 2) en la identificación de las áreas de dificultad [...] y 3) en el desarrollo de estrategias y materiales [...]” (p. 44).

El tercer capítulo pertenece a Roberto García González, Albert Berga Gatiús y Juan Manuel Gimeno Illa, y en él se profundiza sobre la mencionada herramienta *Web TextAnnot*. Como señalan los autores, este programa permite la posibilidad de adaptar la anotación dependiendo de las necesidades de estudio, tanto de manera individual como de forma colaborativa, y posibilita la recuperación de la información anotada para establecer investigaciones. Además, cuenta con un diseño planteado para que pueda adaptarse a otros proyectos de creación de corpus lingüísticos. Los autores explican la metodología seguida para desarrollar la herramienta, y facilitan las claves de su implementación, definiendo los perfiles de usuarios, los campos de anotación de muestras, las cargas de ficheros de muestras con anotaciones, la configuración de etiquetado, y el etiquetado y uso del corpus. Por último, recuerdan que *TextAnnot* se ha probado exitosamente en el CINEAS y ya se puede consultar en línea.

La cuarta y última contribución en torno al CINEAS tiene como autores a F. Javier Terrado, Zhang Peng y Zhang Bohua, y toma ejemplos del citado corpus para representar el proceso

¹ Corpus de INterlengua Española de Aprendices Sinohablantes (<https://cineas.udl.cat/>)

metatáctico de Tesnière (1959) para realizar transformaciones de estructuras lingüísticas de la L1 a la L2. Esta transformación se denomina *metataxis*: “el cambio estructural al que el traductor debe someter una frase en el proceso de versión a otra lengua” (p.65). Los autores señalan la importancia de que los estudiantes, especialmente al comienzo de su aprendizaje, lleven a cabo procesos de metataxis para evitar verter las estructuras sintácticas de su lengua materna al español. Se hace hincapié en la necesidad debido a que el chino mandarín y el español son lenguas de tipología muy alejada. Para ilustrar esto, se utilizan ejemplos del CINEAS teniendo en cuenta las diferencias lingüísticas y culturales de ambas lenguas.

Por su parte, Demelsa Ortiz continúa en su contribución con el tema de la enseñanza de ELE a estudiantes sinohablantes, tomando como punto de partida un conjunto de cuarenta textos producidos por este tipo de aprendices, con actividades controlada (en una primera fase) y tareas libres (en una segunda fase), de nivel B1 y en contexto de inmersión lingüística. Ortiz presenta un análisis de errores de 9 estudiantes sinohablantes que formaron parte del estudio, dividido en las dos fases mencionadas. Para ello, clasifica los errores en tres niveles: fonético-ortográfico, morfosintáctico y léxico-semántico. Entre las conclusiones a las que llega, plantea que los errores en actividades controladas, en general, son más cuantiosos que en ejercicios libres, y hace hincapié en la necesidad de la continua investigación para la mejora de la enseñanza-aprendizaje de estudiantes sinohablantes de ELE.

Los siguientes dos capítulos se enmarcan bajo el paraguas del proyecto *Diccionario de español para aprendices*

sinohablantes (DEAS), de la Universitat Rovira i Virgili.

María Bargalló explica en su capítulo las primeras etapas para la confección del diccionario electrónico, dirigido a usuarios de nivel B1 y B2 de referencia según el MCER. Bargalló repasa los diccionarios existentes, bilingües o monolingües, enfocados a ELE, y establece tres objetivos para el proyecto: “1) Analizar las necesidades [...] 2) Determinar el leuario del diccionario [...]; 3) Establecer los ítems para el diseño de la base de datos lexicográfica” (p. 93). Para desarrollar el primer objetivo, usan cuestionarios dirigidos a estudiantes sinohablantes. Para determinar el leuario, acuden al análisis de manuales, la disponibilidad léxica, una selección de unidades pluriverbales (recopilaciones y materiales publicados con selecciones ya realizadas) y a datos culturales (análisis en diccionarios para aprendices de ELE y de manuales, entre otros). Por último, para la construcción de la base de datos lexicográfica, se tiene en cuenta una serie de ítems propuestos por Bergenholtz y Nielsen (2014) de 39 categorías, una base de datos bilingüe (español-chino) y una serie de ilustraciones.

Por su parte, José Antonio Moreno y Alicia Madrona profundizan sobre el tema de la disponibilidad léxica como criterio para la selección del leuario del *Diccionario*. Describen en su contribución el léxico disponible en tres centros de interés: *Educación, Política y Justicia*, y establecen comparaciones entre dos grupos (25 estudiantes nativos y 25 estudiantes chinos). La identificación de los términos de mayor interés permite una selección de léxico que a su vez sirve para establecer correlaciones con el léxico que muestran los inventarios de *Nociones específicas* del PCIC (Instituto Cervantes, 2006) y

los índices de frecuencias del Corpes XXI-Enclave RAE y Davies y Davies (2018). Los autores señalan que cuanto más específico es el centro de interés, más se acerca la media del léxico disponible entre ambos grupos: el centro de interés *Educación* presenta la mayor cifra de voces distintas actualizadas por parte de los estudiantes sinohablantes, alejada de *Política y Justicia*. Éste último centro es el que presenta mayor déficit léxico.

Begoña Gómez-Devís aborda en su capítulo el tema de la construcción de un corpus de léxico disponible de niños de 6 años (al inicio de la educación obligatoria). Para ello, utiliza el marco de la disponibilidad léxica infantil, tomando como punto de referencia la ciudad y área de Valencia y enfocando su centro de interés en el campo *Colores*. Para el análisis de la vertiente cognitiva del centro de interés y la capacidad asociativa de las palabras, utiliza la herramienta informatizada DispoGrafo, diseñada por el equipo de la Universidad de Concepción (Chile), que genera automáticamente grafos “cuyos nodos representan palabras y cuyas aristas simbolizan las relaciones entre ellas” (p. 129), así se pueden establecer redes semánticas estables. A lo largo de su contribución, Gómez-Devís muestra nuevas perspectivas con posibilidad de aplicación en la enseñanza.

Por último, el libro se cierra con la contribución de Ángela Mira, que se centra en estudiantes jóvenes

inmigrantes en edad de escolarización, cuya lengua materna no es el español. El movimiento migratorio supone un reto educativo para los docentes y la Administración, y en las últimas décadas se han establecido una serie de medidas para regular esta situación, pero la realidad del aula de acogida y la atención a la diversidad lingüística y cultural presentan unos obstáculos que generan cierta problemática, como señala la autora. Para ello, Mira se propone crear un corpus lingüístico formado por libros de texto para analizar los aspectos más relevantes de la lengua utilizada en ellos, con el objetivo de identificar las características básicas de la lengua de instrucción asociada con cada materia. De esta manera, se puede analizar la adecuación de este tipo de lenguaje a la realidad de los aprendices.

En conclusión, en este volumen temático se pueden encontrar valiosas aportaciones teóricas, avaladas por una bibliografía actualizada, además de prácticos análisis de fenómenos lingüísticos y ejemplos didácticos. Constituye una referencia indispensable para investigadores interesados/as en la enseñanza de lenguas, especialmente enfocados/as en el estudio de la interlengua de estudiantes sinohablantes, al igual que para aquellos/as que quieran profundizar en herramientas Web de utilidad docente e investigadora, como diccionarios, corpus lingüísticos, o herramientas de anotación y etiquetado de corpus.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bergenholtz, Henning y Nielsen, Sandro (2014). What is a Lexicographical Database?, *Lexicos*, 23, 77-87.
- Davies, Mark y Davies, Kathy Hayward (2018). *A frequency dictionary of Spanish. Core vocabulary for learners*. London y New York: Routledge.

- Instituto Cervantes (2006). *Plan curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia del español*. Madrid: Instituto Cervantes. https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/
- Johns, Tim (1991). From printout to handout: grammar and vocabulary teaching in the context of data-driven learning. En Tim John y Philip King (Eds.), *Classroom Concordancing. English Language Research Journal*, 4, 27-45.
- Tesnière, Lucien (1959). *Éléments de syntaxe structural*. París: Klincksieck [1994. *Elementos de sintaxis estructural*. Madrid: Gredos. Traducción de Esther Diamante].

García Rodríguez, Joseph (2025): *Dos lenguas, un cerebro: el procesamiento lingüístico en hablantes bilingües* (Esther Álvarez García), Berlín: Peter Lang, 2024, 302 págs. *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol. XXXVI, 235-238
ISSN 1697-7750 · E-ISSN 2340-4981
DOI: <https://doi.org/10.6035/clr.8366>



Reseñas / *Book reviews*

Dos lenguas, un cerebro: el procesamiento lingüístico en hablantes bilingües (Esther Álvarez García), Berlín: Peter Lang, 2024, 302 págs. ISBN: 9783631894163. PRECIO: 58,34 €. Reseñado por Joseph García Rodríguez, Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://orcid.org/0000-0001-7264-0347>

Reseña recibida el / *Review received*: 2024-08-03

Reseña aceptada el / *Review accepted*: 2024-09-23

La monografía *Dos lenguas, un cerebro: el procesamiento lingüístico en hablantes bilingües*, coordinada por Esther Álvarez García, de la Universidad de León (España), ofrece una revisión exhaustiva de las investigaciones recientes sobre el procesamiento de dos lenguas en la mente y el cerebro de hablantes bilingües. El libro, compuesto por siete capítulos desarrollados por especialistas, examina diversos aspectos del procesamiento lingüístico en bilingües. Proporciona una perspectiva detallada de este fenómeno complejo y multifacético, con un análisis exhaustivo de la gestión y comprensión de múltiples lenguas desde un enfoque cognitivo y neurológico.

En la presentación, Álvarez García introduce el bilingüismo no solo como un fenómeno social, sino también como un fenómeno individual que afecta a las personas en su capacidad de hablar y comprender dos lenguas. La editora señala que el objetivo del libro es “entender qué ocurre en la mente y el

cerebro bilingües a la hora de procesar el lenguaje” (p. 10) e intenta dar respuesta a cuestiones como si las representaciones léxicas son compartidas, si la comprensión de oraciones es similar a la de los monolingües y de qué manera las variables individuales influyen en el procesamiento del lenguaje.

El primer capítulo, escrito por Miquel Llompart y Miquel Simonet, se titula “Procesamiento fonológico en hablantes bilingües”. En él, los autores examinan el modo en que los bilingües procesan los sonidos del habla, tanto en la producción como en la percepción. Llompart y Simonet explican cómo la adquisición de la fonología de una segunda lengua (L2) es modulada por la primera lengua (L1) y destacan la influencia bidireccional entre ambas.

Los especialistas señalan que el procesamiento fonológico bilingüe es dinámico y se caracteriza por la interacción entre al menos dos sistemas lingüísticos. Esta interacción, que varía según el contexto comunicativo

(Simonet, 2014) y la experiencia lingüística del hablante (Amengual, 2016), se manifiesta tanto durante el aprendizaje (Flege y Bohn, 2021) como en el procesamiento en tiempo real (Spivey y Marian, 1999).

Asimismo, resaltan la necesidad de investigar el procesamiento fonológico en relación con el léxico, puesto que aprender a producir y percibir los sonidos de ambas lenguas no garantiza el dominio fonológico de los dos sistemas. Es fundamental comprender la naturaleza del léxico bilingüe y los factores que llevan al establecimiento de representaciones léxicas precisas. Por tanto, resulta esencial que el estudio de la adquisición de categorías sonoras y el del almacenamiento y acceso léxicos se desarrollen de manera complementaria para entender mejor los mecanismos del procesamiento fonológico bilingüe.

En el segundo capítulo, “Procesamiento léxico en bilingües”, de Montserrat Comesaña, se examina cómo los bilingües manejan dos lexicones y cómo se produce la competencia entre ellos durante el acceso léxico. La autora discute la influencia de factores como la frecuencia de uso de cada lengua y la edad de adquisición en la eficiencia del acceso léxico. Un fenómeno interesante es la *punta de la lengua* (PDL), que se presenta con mayor frecuencia en bilingües debido a la competencia entre los dos sistemas léxicos. Comesaña explora diversas hipótesis para explicar este fenómeno, incluida la interferencia en el acceso léxico en contextos de inmersión.

La evidencia empírica revisada muestra que durante el acceso léxico inicial influyen varias variables lingüísticas, como la frecuencia léxica, la longitud de la palabra y la configuración fonotáctica. Sin embargo, al presentar palabras en contexto, estas variables

interactúan con otras de tipo extralingüístico. El debate se centra en determinar si las variables contextuales afectan el acceso léxico de manera preléxica o posléxica.

La autora concluye el estudio diciendo que se “atrevería [...] a afirmar que las representaciones léxicas de las dos lenguas se activan siempre; el cuánto y el cómo todavía necesita de mayor evidencia empírica” (p. 88).

Por su parte, José Manuel Igoa, en el tercer capítulo, titulado “Procesamiento de oraciones en bilingües”, revisa la comprensión de oraciones en bilingües desde una perspectiva psicolingüística y computacional. El autor describe cuatro modelos teóricos del procesamiento de oraciones en lenguas no nativas y la evidencia empírica que los apoya o refuta. Resalta tanto las similitudes como las diferencias en el procesamiento de oraciones entre monolingües y bilingües, influenciadas por factores como el nivel de competencia en la L2 y la edad de adquisición.

Igoa concluye que la comprensión de oraciones en una segunda lengua muestra menor incrementalidad y modularidad en comparación con la lengua nativa, aunque puede mejorar con el desarrollo de la competencia gramatical. La profundidad del procesamiento sintáctico en L2 es limitada y a menudo reemplazada por procesos léxico-semánticos. La memoria operativa y la generación de expectativas son recursos cruciales, aunque la primera de ellas es central en el procesamiento de L2.

El cuarto capítulo, “El cambio de código o *code-switching*”, escrito por Paola E. Dussias y Jessica Vélez-Avilés, aborda el fenómeno del cambio de código, una práctica común en comunidades bilingües donde se alternan dos lenguas en una misma conversación.

Las autoras examinan los mecanismos cognitivos y neuronales que subyacen en esta alternancia y presentan estudios que demuestran que el cambio de código no es un acto aleatorio, sino una integración controlada de dos sistemas lingüísticos.

Las autoras consideran que el cambio de código es una habilidad bilingüe que involucra a hablantes con alta competencia en dos o más idiomas. Los datos muestran que el cambio de código está regido por principios sintácticos de ambos idiomas y limitaciones cognitivas.

Finalmente, Dussias y Vélez-Avilés coinciden en que quedan varias preguntas abiertas, como la influencia de la transmisión de patrones entre adultos y niños y si el *code-switching* puede predecir elementos subsiguientes en el discurso (Tomić y Valdés Kroff, 2022). Se sugiere que “el cambio de código es un ‘laboratorio natural’ para investigar el procesamiento del lenguaje bajo condiciones de mayor incertidumbre” (p. 170).

En el quinto capítulo, “Diferencias individuales en el procesamiento bilingüe”, Alicia Luque e Irene Finestrat exploran cómo algunos factores (la edad de adquisición, la competencia lingüística y el uso diario de las lenguas) influyen en la habilidad para procesar y manejar dos lenguas. Las expertas analizan algunos estudios que muestran variaciones significativas en la capacidad de los bilingües para reconocer y producir sonidos, acceder al léxico y comprender oraciones dependiendo de estos factores individuales.

Se pone de relieve la importancia de considerar la diversidad y variabilidad en el procesamiento bilingüe y se subraya que el bilingüismo debe abordarse como un espectro de competencias lingüísticas influenciado

por las experiencias únicas de cada hablante. Este enfoque reconoce la diversidad en el procesamiento bilingüe y en las experiencias humanas, lo cual es vital tanto científica como socialmente. La comprensión de esta diversidad mejora la validez de la investigación y permite diseñar políticas educativas y lingüísticas más efectivas y justas.

El sexto capítulo, titulado “El sustrato neurocognitivo del bilingüismo individual”, escrito por Olga Ivanova, investiga las consecuencias del bilingüismo en el cerebro. Se analizan estudios neurocientíficos que utilizan técnicas como la resonancia magnética funcional (fMRI) para explorar cómo el cerebro bilingüe maneja dos lenguas. Los resultados indican que el bilingüismo puede llevar a una mayor plasticidad cerebral y a la reconfiguración de redes neuronales específicas para el procesamiento lingüístico. Ivanova argumenta que el bilingüismo afecta tanto a la estructura cerebral como a su funcionamiento, lo que promueve beneficios cognitivos a largo plazo.

A pesar de los avances que ha habido en los estudios sobre el sustrato neurocognitivo del bilingüismo, persisten desafíos como la ausencia de modelos animales, la complejidad del lenguaje humano y las dificultades en el diseño experimental. Aunque se ha demostrado que el bilingüismo induce cambios estructurales y funcionales en el cerebro, generalizar estos hallazgos y formular teorías sólidas sigue siendo complicado. Algunos trabajos recientes confirman la plasticidad cerebral influenciada por el bilingüismo, que proporciona una valiosa comprensión del cerebro y la mente.

El séptimo y último capítulo, “El bilingüismo y los trastornos del lenguaje”, a cargo de Elena Garayzábal Heinze e Irene Hidalgo de la Guía, se

centra en el impacto del bilingüismo en los trastornos del lenguaje. Las autoras revisan cómo el bilingüismo puede influir en la manifestación y el tratamiento de trastornos como la dislexia y el trastorno específico del lenguaje (TEL). De las investigaciones que se examinan, se desprende que, aunque el bilingüismo puede presentar desafíos adicionales para individuos con trastornos del lenguaje, también puede ofrecer estrategias compensatorias que mejoren el manejo del trastorno.

En relación con la intervención pedagógica, se destaca la necesidad de especialización bilingüe en logopedia (Jordaan, 2008) y la importancia de la intervención en la lengua materna del

niño para facilitar su integración y comunicación. En adultos afásicos bilingües, la intervención en ambas lenguas es efectiva y beneficiosa.

En definitiva, esta obra no solo enriquece nuestro conocimiento sobre la complejidad del bilingüismo, sino que también subraya la importancia de considerar la diversidad y la variabilidad en las experiencias bilingües, lo que ofrece una visión integral y multidimensional del fenómeno. Se trata de una contribución valiosa para el ámbito de la psicolingüística y el estudio del bilingüismo que abre nuevas vías para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas en contextos educativos y sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amengual, Mark (2016). The perception and production of language-specific mid-vowel contrasts: Shifting the focus to the bilingual individual in early language input conditions. *International Journal of Bilingualism*, 20, 133-152.
- Flege, James Emil y Bohn, Ocke-Schwen (2021). The revised Speech Learning Model (SLM-r). En Ratee Wayland (Ed.), *Second Language Speech Learning: Theoretical and Empirical Progress* (pp. 3-83). Cambridge University Press.
- Jordaan, Heila (2008). Clinical Intervention for Bilingual Children: An International Survey. *Folia Phoniátrica et Logopaédica*, 60(2), 97-105.
- Simonet, Miquel (2014). Phonetic consequences of dynamic cross-linguistic interference in proficient bilinguals. *Journal of Phonetics*, 43, 26-37.
- Spivey, Michael J. y Marian, Viorica (1999). Cross talk between native and second languages: Partial activation of an irrelevant lexicon. *Psychological Science*, 10, 281-284.
- Tomić, Anita y Valdés Kroff, Jorge R. (2022). Code-switching aids the prediction of the unexpected. *Bilingualism: Language and Cognition*, 25, 81-92.



Reseñas / *Book reviews*

Teoría del arte y cultura digital (Juan Martín Prada), Madrid: Akal, 2023, 240 págs. ISBN: 978-84-460-5349-1. PRECIO 21,00 €. *Reseñado por Celia Carrasco Gil**, CulturePlex Lab, Western University / Universidad de Zaragoza. <https://orcid.org/0000-0003-2124-7515>

Reseña recibida el / *Review received*: 2024-07-24

Reseña aceptada el / *Review accepted*: 2024-09-27

Teoría del arte y cultura digital es un ensayo absolutamente necesario en estos tiempos. En sus páginas, Juan Martín Prada da cuenta de las complejidades de una teoría estética marcada por el impacto que la revolución digital ha ejercido sobre la manera en la que las personas percibimos el mundo y participamos en las experiencias que forman parte de nuestras vidas, como es el caso del arte y la cultura. Para ello, el autor reflexiona sobre cuestiones como la inflación icónica, la hiperparticipación mediática, el narcisismo digital, el dataísmo, la pérdida de la privacidad, la nueva sociedad del espectáculo del sistema-red, el *AI-driven art* o la cultura NFT, y al tiempo que reconoce las infinitas posibilidades creativas que la revolución digital puede aportar al arte y la cultura, reivindica con gran acierto cómo el componente crítico, el ejercicio de interpretación, el conocimiento pático y la producción de subjetividad son aspectos fundamentales para que

podamos hablar de una verdadera experiencia estética.

El autor plantea, en primer lugar, el problema de la saturación visual y la inflación icónica, provocadas por un régimen visual dominante que neutraliza las diferencias de la mirada estética, promueve la distracción y nos convierte en meros *aceptores* (en lugar de *receptores*) que se entregan “a un estado *hipnótico* [...], a un ritmo cada vez más maquínico y digitalmente narcotizante” (Martín Prada, 2023, p. 119). En esta tiranía de lo visual que gobierna el sistema-red, Martín Prada reclama un retorno a la concentración y la atención crítica, a ese estado de “receptividad extrema” tan mencionado por José Ángel Valente (2018, p. 116), y con ello, a un proceso fenomenológico de lectura e interpretación que, como ya apuntó Wolfgang Iser, implica que el sujeto estético que se acerca a un objeto artístico o cultural concrete los espacios vacíos, las ambigüedades y las zonas de indeterminación que puedan abrirse entre

* Esta reseña se ha escrito en el ámbito de una investigación predoctoral financiada por la Fundación Ramón Areces y llevada a cabo en el CulturePlex Lab de Western University.

el polo artístico (o espacio de creación) de la obra y su polo estético (o espacio de recepción).

Conlleva esto un proceso creativo que enlaza con otra de las cuestiones abordadas por el autor del ensayo, que es la cautela con la que se deberían manejar los conceptos de *actividad* y *pasividad* no solo en lo referido a los nuevos campos abiertos por el arte interactivo y de participación, sino también en lo relativo al proceso de recepción atenta de todo objeto artístico y cultural.

En una continuación de este proceso fenomenológico de lectura que llama “a la actividad productiva del lector-espectador” (Martín Prada, 2023, p. 176), en este ensayo el autor sostiene que “el acto de contemplación, así como cualquier ejercicio de lectura, si tiene la profundidad suficiente, es siempre interactivo” (Martín Prada, 2023, p. 172), y desmiente con dicha idea “el manido tópico de considerar que la contemplación estética ‘tradicional’ (esa basada *simplemente* en una mirada *posada* en una imagen, a la que invita la obra que ‘solo’ deja que la observen) es necesariamente pasiva” (Martín Prada, 2023, p. 172). Dicho de otra manera, si la persona que lee o contempla la obra lleva a cabo un ejercicio de recepción atenta o atención receptiva, la lectura o contemplación se convierte en un proceso (inter)activo de interpretación, esto es, una forma de concretar los espacios de indeterminación de la obra y actualizar las infinitas posibilidades de su “dimensión virtual” (Iser, 1972, p. 286) por medio de la imaginación.

De ahí que el autor, al acercarse a temas como el de las experiencias inmersivas, sostenga que “pese a los incuestionables potenciales del arte interactivo y de participación, el objeto prioritario no puede ser simplemente ‘activar’ al espectador en el sentido de

apartarlo de la actividad supuestamente pasiva del mirar” (Martín Prada, 2023, p. 174). De hecho, en esta era de la hiperparticipación mediática en la que todo ha devenido interactivo, el autor del ensayo considera que “quizás sea bueno también explorar las poéticas del drenaje de la interactividad en los *interactive media*” (Martín Prada, 2023, p. 196) y trabajar con un punto de vista desviado, desplazado, reticente a los códigos dominantes; una mirada *otra*, fruto de ese “ensanchamiento de nuestro punto de vista sobre el mundo” (Martín Prada, 2023, p. 43). Dicha idea, además, puede dialogar con el “ensanchamiento de los sentidos” también propuesto por Chantal Maillard (2017, p. 228), una apertura de la razón estética que pasa por abarcar “planos cada vez mayores con la mirada” (Maillard, 2017, p. 233), como ocurre en la fenomenología trabajada por diferentes voces de la poesía y el pensar del pasado siglo, como es el caso de María Zambrano y José Ángel Valente, que encontraron en los fenómenos de la visión y la escucha extremas una oportunidad creativa para que el sujeto estético “vidente” y “resonante” (Maillard, 2017, pp. 227 y 229) construyera sus propias formas de singularidad.

Cabe destacar, además, que el ejercicio atento de este sujeto vidente y resonante se encuentra muy alejado de la hipertrofia exhibitiva fomentada por el sistema-red y la mirada omnipresente que provoca con su vigilancia constante pero imperceptible la crisis de nuestra privacidad. Esto explica que el autor de este ensayo, que es consciente de que el dataísmo y la cultura algorítmica del sistema-red utilizan nuestros cuerpos de datos y nuestros comportamientos en línea como moneda de cambio del capitalismo digital, conciba las pantallas como esos “agujeros o mirillas a través de los que alguien observa, ávido de ver,

pero que también es visto por detrás, convertido en objeto de observación y escrutinio” (Martín Prada, 2023, p. 103). Por eso no es de extrañar que reflexiones como las que este ensayo plantea hayan derivado en poéticas de la hipermostración y la contravigilancia que parecen haber surgido como formas de *artivismo* en torno a la sociedad de control y el panóptico digital, dos cuestiones ya entrevistadas en el siglo XX por pensadores como Herbert Marcuse y Michel Foucault.

Y por último, otro aspecto que aborda este ensayo, en este caso en lo que se refiere al arte y la inteligencia artificial, es “la emergencia de una dimensión agencial en la que se entreveran ya siempre lo humano y la autonomía de las nuevas máquinas técnicas” (Martín Prada, 2023, p. 82). En este ámbito, el autor insiste en la idea de que el arte debe asumir el reto de inventar nuevos espacios en los que experimentar la libertad, lugares inéditos que, pese a

saberse inmersos en el capitalismo tecnológico y los intereses de inversión de la cultura NFT, no participen de esta homogeneización y segregación del sistema-red, sino que permitan trabajar con una mirada otra, excéntrica, desviada y generadora de singularidades, que pueda explorar otros mundos o lenguajes posibles y que actúe “contra las fuerzas domesticadoras, simplificadoras de la subjetividad” (Martín Prada, 2023, p. 94).

Son los anteriores algunos de los aspectos que podemos encontrar en el ensayo *Teoría del arte y cultura digital*, un texto crítico muy necesario, en el que Juan Martín Prada aparta su foco de interés de aquellas obras visualmente estimulantes que, sin embargo, fomentan formas ya domesticadas del ver y carecen de exigencias interpretativas, riqueza semiótica, zonas de indeterminación o elementos reveladores de un proceso de subjetivación que sea capaz de producir sus propias formas de singularidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Iser, Wolfgang (1972). The Reading Process: A Phenomenological Approach. *New Literary History*, 3(2), 279-299.
- Maillard, Chantal (2017). *La razón estética*. Galaxia Gutenberg.
- Martín Prada, Juan (2023). *Teoría del arte y cultura digital*. Akal.
- Valente, José Ángel (2018). *El ángel de la creación. Diálogos y entrevistas* (A. Sánchez Robayna, Ed.). Galaxia Gutenberg.



Autores / *Authors*

Ahmed Najm Abed

Department of Applied Linguistics
Universitat Politècnica de València
Camino de Vera s/n 46022. València.
España.
aabed@doctor.upv.es
<https://orcid.org/0009-0006-6539-6044>

Asunción Barreras Gómez

Departamento de Filologías Modernas.
Fac. Filología. Univ. La Rioja.
C/ San José de Calasanz, 33.
26004 Logroño. La Rioja. España.
asuncion.barreras@unirioja.es
<https://orcid.org/0000-0002-5000-9025>

Lorena Bort-Mir

Facultat de Belles Arts
Universitat Politècnica de València
Camí de Vera s/n 46022. València.
Espanya.
lbormir@idm.upv.es
<https://orcid.org/0000-0003-0067-6492>

Fernanda Priscila Carraro

Universidad Estatal del Centro-Oeste -
UNICENTRO. Campus de Santa Cruz.
85015-430. Guarapuava, Paraná.
Brasil.
ferscarraro@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1475-9902>

Celia Carrasco Gil

Western University / Univ. Zaragoza
CulturePlex Lab, Department of
Languages and Cultures, Faculty of
Arts and Humanities, Western
University
N6A 3K7. London, Ontario. Canadá
ccarrasc@uwo.ca
<https://orcid.org/0000-0003-2124-7515>

Benamí Barros García

Sección Departamental de Filología
Eslava Universidad de Granada
Facultad de Filosofía y Letras, Campus
de Cartuja s/n.
18071. Granada. España.
bbarros@ugr.es <https://orcid.org/0000-0002-1974-1410>

Franziska Dinkelacker

Departament de Traducció i
Comunicació
Universitat Jaume I
Facultat de Ciències Humanes i Socials
Universitat Jaume I.
Av. Sos Baynat s/n
12071 Castelló de la Plana. Espanya.
dinkelac@uji.es
<https://orcid.org/0009-0008-3289-7891>

Jesús Eleazar García Muñoz

Lenguas Modernas y sus Literaturas
Universidad de Granada
Campus de Cartuja s/n.
18071. Granada. España.
jegamu@correo.ugr.es
<https://orcid.org/0009-0003-3342-9145>

Joseph García Rodríguez

Departamento de Lengua Española y
Lingüística General
Universidad Nacional de Educación a
Distancia
Facultad de Filología
P.º de la Senda del Rey, 7,
28040. Madrid. España
joseph.garcia@flog.uned.es
<https://orcid.org/0000-0001-7264-0347>

David Giménez Folqués

Departamento de Filología Española
Universitat de València
Avenida de Blasco Ibáñez, n.º 32
46010. Valencia. España
david.gimenez-folques@uv.es
<https://orcid.org/0000-0002-9059-5591>

Irene López Rodríguez

Departamento de Estudios Ingleses,
Lingüística y Literatura
Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Filología - Edificio A.
28040 Madrid. España.
irlope05@ucm.es
<https://orcid.org/0000-0002-8644-9815>

 Loremi Loregian-Penkal.

Universidad Estatal del Centro-Oeste -
UNICENTRO. Campus de Santa Cruz.
85015-430. Guarapuava, Paraná.
Brasil. lpenkal@unicentro.br
<https://orcid.org/0000-0002-1713-56>

Ana Mancera Rueda

Departamento de Lengua Española,
Lingüística y Teoría de la Literatura
Universidad de Sevilla
Facultad de Filología, calle Palos de la
Frontera s/n
41004. Sevilla. España:
anamancera@us.es
<https://orcid.org/0000-0001-5343-4935>

Beatriz Méndez Guerrero

Departamento de Filología Española.
Universidad Autónoma de Madrid.
Facultad de Filosofía y Letras.
Campus de Cantoblanco. 28049.
Madrid. España
beatriz.mendez@uam.es
<https://orcid.org/0000-0001-9510-9989>

Elios Mendieta Rodríguez

Departamento de Filología Hispánica y
Bibliografía.
Universidad Complutense de Madrid.
Facultad de Filología - Edificio A. Av.
Complutense, 3, Moncloa - Aravaca
28040 Madrid. España.
eliosmen@ucm.es
<https://orcid.org/0000-0001-8753-9102>

M^a Teresa Miramón Escribano

Departamento de Artes y Humanidades
(Lingüística General)
Universidad Rey Juan Carlos
Fac. de Artes y Humanidades
Campus de Aranjuez
Edificio Maestro Rodrigo C/Infantas,
55. 28300 Aranjuez-Madrid. España
mariateresa.miramón@urjc.es
<https://orcid.org/0000-0001-7412-7280>

Carles Navarro Carrascosa

Departamento de Lengua Española
Universidad de Valladolid
Facultad de Filosofía y Letras
Plaza del Campus, s/n.
47011. Valladolid. España.
carles.navarro@uva.es
<https://orcid.org/0000-0002-0303-982X>

Ignasi Navarro i Ferrando

Departament d'Estudis Anglesos
Universitat Jaume I
Facultat de Ciències Humanes i Socials
Universitat Jaume I.
Av. Sos Baynat s/n
12071 Castelló de la Plana. Espanya.
navarro@uji.es
<https://orcid.org/0000-0001-6475-3034>

Verónica Ripoll León

Departamento de Humanidades:
Filosofía, Lenguaje y Literatura
Universidad Carlos III de Madrid
28903. Getafe. España.
vripoll@hum.uc3m.es
<https://orcid.org/0000-0003-3436-0509>

**Francisco José Ruiz de Mendoza
Ibáñez**

Departamento de Filologías Modernas.
Facultad de Filología.
Universidad de La Rioja.
C/ San José de Calasanz, 33.
26004 Logroño. La Rioja. España.
francisco.ruizdemendoza@unirioja.es
<https://orcid.org/0000-0002-1200-2850>



Estadísticas / *Statistics*

Artículos recibidos / *Article submissions*: 102

Artículos aceptados / *Accepted articles*: 9 (8,8 %)

Artículos internacionales / *International submissions*: 41 (40,2 %)

Artículos internacionales aceptados / *International submissions accepted*:
1 (11,1 %)

Artículos nacionales / *Domestic submissions*: 61 (59,8 %)

Artículos nacionales aceptados / *Domestic submissions accepted*: 8 (88,9 %)

Visibilidad / *Visibility*

Presencia en dos **bases de datos** de citas: Emerging Sources Citation Index (Clarivate), Scopus (ELSEVIER),

Presencia en cinco **base de datos multidisciplinares**: Academic Search Ultimate (EBSCO), Fuente Academica Plus (EBSCO), IBZ Online (De Gruyter), DIALNET (Universidad de la Rioja), DOAJ

Presencia en dos **bases de datos especializadas**: Linguistic Bibliography (Brill), MLA - Modern Language Association Database (Modern Language Association of America)

Presencia en **seis recursos de evaluación**: Sello de calidad FECYT (desde 2020 en el **cuartil C1** y con **Mención de buenas prácticas editoriales en igualdad de género**), LATINDEX. Catálogo v2.0 (2018-) (Universidad Nacional Autónoma de México), Directory of Open Access Journals, ERIHPlus (Norwegian Directorate for Higher Education and Skills), JUFO Portal - Levels 1, 2, 3 (Federation of Finnish Learned Societies), The Register for Scientific Journals, Series and Publishers - Levels 1, 2 (Norwegian Directorate for Higher Education and Skills)

Impacto / *Impact*

Sello de calidad FECYT (Ministerio de Ciencia e Innovación). Cuartil 1 en los ámbitos: *Lingüística* (Q1) y *Literatura* (Q1).

Carhus+ 2025: nivel A en los ámbitos Filología, Lingüística, Sociolingüística, Comunicación e Información.

Cultura, Lenguaje y Representación aparece tanto en OpenAlex como en Scopus.

Scopus: Cite Score: 0.4

Citas en Scopus: 233

Highest percentile: 89 %; 97/823; Literature and Literary theory

Cites 2019-21: 20

Documents 2019-21: 62

Citas en OpenAlex: 612

ICDS 2021: 9.7

Indizada en Emerging Sources Citation Index, Academic Search Premier, FRANCIS, Fuente Academica Plus, IBZ Online, Linguistic Bibliography, MLA - Modern Language Association Database, REDIB, DOAJ, DIALNET, Dialnet métricas.

Evaluada en Directory of Open Access Journals, ERIHPlus, LATINDEX. Catálogo v2.0 (2018 -)

Cuartil de la revista en JCI (Journal Citation Indicator) de Web of Science (WoS): Cultural Studies: Q4

Citas y h-Index en *Science Citation Index Expanded* (SCIE), *Social Sciences Citation Index* (SSCI) i *Arts & Humanities Citation Index* (A&HCI) de WoS: Total citas: 426; Total citas excepto las autocitas: 410; H-Index: 7

Cuartil y h-Index en SJR (Scimago Journal & Country Rank): H-Index: 7; Literature and Literary Theory: Q1 (2022); Cultural studies: Q1 (2022); Linguistics and Language: Q2 (2022); Communication: Q3 (2022)

Citas en *Emerging Source Citation Index* (ESCI) de WoS: Total citas: 577; Total citas excepto autocitas: 560; H-Index: 9

Dialnet métricas: Filologías (C1), Lingüística (C1)

h5-Index en *Google Scholar Metrics*: Índice h5: 7

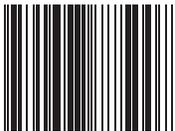
Indizada en el *Elenco di riviste scientifiche (Área 10)* de la ANVUR (Agenzia Nazionale di valutazione del sistema universitario e della Ricerca, Italia).

Directrices para autores / *CLR Style Sheet*

<https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/about/submissions#authorGuidelines>

	Artículos / Articles
9	Framing the Iraqi refugee crisis: A critical discourse analysis of media narratives AHMED NAJM ABED, LORENA BORT-MIR
41	La poesía queer rusa BENAMÍ BARROS GARCÍA, JESÚS ELEAZAR GARCÍA MUÑOZ
61	Actitudes de hablantes de español como lengua materna y extranjera sobre variedades de la lengua CARRARO, FERNANDA PRISCILA; MÉNDEZ GUERRERO, BEATRIZ; LOREGIAN- PENKAL, LOREMI
85	Más allá de las fronteras: diferencias y similitudes entre dos novelas interculturales del ámbito alemán y español FRANZISKA DINKELACKER
105	Anglicismos en los movimientos ecologistas actuales de España DAVID GIMÉNEZ FOLQUÉS
123	An exploration of animal metaphors in gender-based violence campaigns IRENE LÓPEZ-RODRÍGUEZ
153	Una aproximación al análisis del humor verbal en interacciones publicitarias en la red social Instagram ANA MANCERA RUEDA
183	El habla neorural en la literatura española. Recuperación y afectividad por el lenguaje del entorno natural en las obras de María Sánchez y Andrea Abreu VERÓNICA RIPOLL LEÓN, ELIOS MENDIETA RODRÍGUEZ
201	Variation parameters in verbal parodic echoing: partiality, inaccuracy, and complexity FRANCISCO JOSÉ RUIZ DE MENDOZA IBÁÑEZ, ASUNCIÓN BARRERAS GÓMEZ
	Reseñas / Book reviews
221	Metaphor in Socio-Political Contexts, de Manuela Romano (ed.). Berlín: De Gruyter Mouton, 2024 IGNASI NAVARRO I FERRANDO
225	Reflexiones, ideas y consejos para la docencia de ELE: claves para una práctica efectiva, de Luminita Tunsoiu, Sandra Iglesia-Martín y Isabel Gibert. Cluj- Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2023 CARLES NAVARRO CARRASCOSA
229	Corpus lingüísticos y enseñanza de lenguas, de Maribel Serrano (ed.). Lleida: Editorial Universitat de Lleida, 2024 M ^a TERESA MIRAMÓN ESCRIBANO
235	Dos lenguas, un cerebro: el procesamiento lingüístico en hablantes bilingües, de Esther Álvarez García. Berlín: Peter Lang, 2024 JOSEPH GARCÍA RODRÍGUEZ
239	Teoría del arte y cultura digital, de Juan Martín Prada. Madrid: Akal, 2023 CELIA CARRASCO GIL
243	Autores / Authors
247	Estadísticas / Statistics
247	Visibilidad / Visibility
248	Impacto / Impact
249	Diretrices para autores / CLR Style Sheet

ISSN: 1697-7750



9 771697 775007