

Antoni Brosa Rodríguez

Universitat Rovira i Virgili¹

 <https://orcid.org/0000-0002-8474-2065>

antoni.brosa@urv.cat

Cambios semánticos en *virus* y *pandemia* desde la lingüística de corpus y la sociolingüística

Semantic changes in *virus* and *pandemic* from corpus linguistics and sociolinguistics

Abstract: The coronavirus has promoted the semantic change in the words *virus* and *pandemic*. We believe that, increasingly, a metaphorical use of both words is occurring (as happened in the past with *cancer*). Therefore, in this study, the semantic characteristics of this change are systematized and detailed in the first place. Subsequently, we have designed a corpus with 480 sentences, balanced sociolinguistically to analyze the change quantitatively and qualitatively. Quantitatively, it will be reviewed if the change is present in all social groups and if any group promotes it. Qualitatively, it will be found that the metaphorical use of *virus*, *pandemic* and *cancer* is complementary: each of these words is used in very specific semantic collocations.

Keywords: virus, pandemic, cancer, sociolinguistics, semantics, corpus linguistics

69

1. Introducción

La pandemia del Coronavirus ha cambiado la realidad y la vida de prácticamente todo el mundo. Esta desgracia ha supuesto también cambios en el ámbito lingüístico. Además de la consolidación de estructuras en español (como *doblegar la curva*, por ejemplo) o de un cambio en la frecuencia de uso al alza de palabras como *confinamiento* o *rebrote*, también se pueden

¹ Universitat Rovira i Virgili, Facultat de Lletres, Departament de Filologies Romàniques, Avda. Catalunya 34 – 43002 Tarragona.

encontrar cambios semánticos. Cada vez es más habitual escuchar las palabras *virus* o *pandemia* como sinónimo de ‘expansión de un hecho nocivo o destructivo en un grupo o colectivo’ (sin que este sea necesariamente un hecho médico o relacionado con la salud). Por ejemplo, es cada vez más común encontrar sintagmas del tipo *la pandemia del machismo* o *el virus del comunismo*. Por lo tanto, estaríamos ante una generalización de ambos términos, que perderían un rasgo semántico. Y, precisamente, ya que se trata de una pandemia y estamos tan conectados, además, este cambio semántico no es exclusivo del español, es decir, es un hecho relativamente universal de la vida, supervivencia y resurrección de las palabras (Ullman 1965).

Estamos viviendo, actualmente, un proceso lingüístico muy similar al que se ha vivido con la palabra *cáncer*, que ha tenido el mismo recorrido: ha ampliado su significado y sus acepciones. Si bien, originalmente, esta palabra se utilizaba para designar la “enfermedad que se caracteriza por la transformación de las células, que proliferan de manera anormal e incontrolada” (Real Academia Española 2014); actualmente, la misma Real Academia Española de la Lengua recoge ya, como fijada y asentada, una nueva acepción: “proliferación en el seno de un grupo social de situaciones o hechos destructivos” (Real Academia Española 2014). Una de las principales diferencias en el proceso es que no tenemos constancia precisa de cuándo empezó el fenómeno que afecta a *cáncer*. En cambio, en este caso, podemos constatar de una manera mucho más precisa dicha expansión.

Puesto que estamos ante un cambio en proceso (Croft 2000a), pero ya bastante visible, la hipótesis de la que partimos es que las palabras *pandemia* y *virus* están presentes en todos los grupos sociales revisados, aunque habrá una prevalencia en el caso del generolecto femenino y el estrato prestigioso. Dicha hipótesis, de confirmarse, mostrará que este cambio lingüístico no difiere de las generalizaciones típicas de la sociolingüística.

Para poder validar la hipótesis planteada, el presente estudio nace con los siguientes objetivos: caracterizar semánticamente el encaje del cambio notado en *virus* y *pandemia*; crear un corpus equilibrado sociolingüísticamente para revisar el comportamiento de dicho fenómeno; analizar cualitativa y cuantitativamente el corpus confeccionado; y comparar dichos resultados con el proceso semántico de *cáncer*.

Por ello, hemos decidido estructurar el artículo de la siguiente manera. En primer lugar, enmarcaremos teóricamente nuestro trabajo y trataremos de analizar, desde una perspectiva de la teoría de la semántica léxica, el proceso que tratamos de documentar con *virus* y *pandemia*. En segundo lugar, detallaremos cómo hemos llevado a cabo el estudio y cómo hemos confeccionado el corpus. Posteriormente, mostraremos los resultados obtenidos cuantitativa y cualitativamente. Finalmente, trataremos de valorar los datos obtenidos y destacaremos las líneas de investigación futuras.

2. Marco teórico y caracterización semántica

Las lenguas, en general, y sus palabras, en particular, están en constante evolución (Cruse 2011). Los procesos lingüísticos de variación son diversos y afectan a todos los niveles del lenguaje. En nuestro caso, debemos recordar que estamos tratando con cambios semánticos en las palabras. Dicho de otra manera, el asunto que nos ocupa en este estudio es la modificación del significado original de dos palabras (*pandemia* y *virus*).

2.1. Tipos de cambio de significado

El cambio del significado que contienen las etiquetas anteriormente mencionadas puede producirse, a su vez, en múltiples direcciones. La mayoría de los lingüistas coinciden en simplificar los distintos casos en tres movimientos claros: ampliación, restricción y desplazamiento, en otros casos (Croft 2000b).

En el último tipo mencionado, menos frecuente, se hallan los cambios de significado en los que se da un desplazamiento del significado original y hay una adopción de uno nuevo, sin aparente relación, por causas de todo tipo. Por ejemplo, esto se daría si la etiqueta *serendipia*, en español, pasara de designar ‘hallazgo valioso que se produce de manera accidental o casual’ (Real Academia Española 2014) y ya solo hiciera referencia a ‘cantidad muy grande e indefinida’, por ejemplo. En este caso no entramos a desarrollar las distinciones entre conceptos como valorización o depreciación (Kortmann 2005), que carecen de interés en este artículo.

En el caso de la ampliación semántica (también conocida como generalización), en cambio, se reduce la cantidad de rasgos semánticos presentes en una palabra. Este hecho supone que se puede denotar una clase más amplia, al ser menos restringida. Los casos de evolución de palabras como *alarma* (que antes significaba ‘aviso previo a entrar en combate’ y actualmente pasa a ser ‘cualquier tipo de aviso ante un peligro’) o el *dog* en inglés (que ha pasado de designar una raza concreta de perro al concepto perro en general) son claros ejemplos de esta ampliación.

Finalmente, también se puede apreciar el proceso inverso: la restricción o especialización. En este caso, una palabra adquiere mayores rasgos semánticos en su significado, hecho que implica que su aplicación sea mucho más restringida. Por ejemplo, es lo que ocurre en español con la palabra *licor*, que, en un origen, ya desde el latín, significaba ‘líquido’ y que, actualmente, es una ‘bebida alcohólica dulce’ (Escandell Vidal 2012).

En el caso que nos ocupa, *virus* y *pandemia*, defendemos que estamos ante un claro proceso de generalización, ya que dichas palabras están perdiendo rasgos semánticos en esta nueva acepción y se convierten en algo más general y menos restringido. Dicho de otra manera, *virus* pasaría de ser algo así como un ‘organismo de estructura muy sencilla capaz de reproducirse en células vivas, utilizando su metabolismo y dañándolas’ a ser, simplemente un ‘hecho capaz de reproducirse y dañar a algo o alguien’. Del mismo modo, una *pandemia* dejaría de ser exclusivamente una ‘enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad y región’ (Real Academia Española 2014) y podría, por lo general, pasar a denotar también ‘hecho nocivo que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad y región’.

2.2. Orígenes del cambio de significado

Las causas que motivan el cambio semántico de una palabra son múltiples y variadas. No obstante, desde la semántica léxica tradicional, se ha ofrecido siempre una nómina de los principales orígenes del cambio de significado: eufemismos, necesidades designativas o necesidades expresivas. En primer lugar, el uso de eufemismos está relacionado con la adopción de otra palabra (o conjunto de palabras), por motivos sociales o de pudor, para evitar una palabra tabú, añadiendo a otra palabra ese significado que se está evitando en la etiqueta que es tabú, como por ejemplo el uso de *reajuste* en el ámbito empresarial. En segundo lugar, las necesidades designativas hacen referencia al nacimiento de nuevos conceptos y, sobre todo, objetos. Una vez se ha creado un objeto hay varios modos de nombrarlo. Uno de ellos es la posibilidad de utilizar una palabra ya existente, como en el caso de *ratón* en informática, a partir del animal. Finalmente, las necesidades expresivas representan la tendencia de los hablantes a intensificar un hecho. Este proceso, se puede ver, por ejemplo, actualmente, en el uso que se hace, a veces, del adverbio *literalmente* sin que este signifique ‘de un modo literal, no figurado’ y, simplemente, sea un intensificador del concepto al que acompaña (McMahon 1994, Löbner 2002, Espinal 2002).

Virus y *pandemia* podrían ser ejemplos también de este último caso, las necesidades expresivas. Creemos que la voluntad que tienen los hablantes cuando hablan de *la pandemia del machismo* o *el virus del comunismo* es aprovechar la potente carga semántica que tienen estas dos palabras (y todavía más en 2021) para acentuar el aspecto nocivo que tienen, según este hablante, los conceptos *machismo* o *comunismo*, por ejemplo.

2.3. Métodos del cambio

El cambio semántico que estamos desarrollando en esta parte más teórica también puede realizarse por distintas vías o metodologías, sin importar cuál sea la causa o el resultado final. En primer lugar, se puede llegar a un cambio semántico por elisión. Es lo que ocurre, por ejemplo, cuando del concepto *ordenador portátil* suprimimos el sustantivo *ordenador*. En este caso el adjetivo *portátil* pasa a designar al objeto conocido en inglés como *laptop*. Además, en este caso, también hay un cambio gramatical en la morfología de la palabra, que pasa de adjetivo a sustantivo. En segundo lugar, debemos destacar procedimientos como pueden ser metonimias y sinécdoques. En estos casos, la proximidad de dos conceptos o la estrecha relación que tienen (parte por el todo, continente por contenido, etc.) pueden ser la vía para un cambio semántico. Es lo que ocurre cuando hablamos de *beberse un priorat* o cuando hablamos del *batería* de un grupo de música.

No obstante, el procedimiento más común es la metáfora (Lakoff y Johnson 1980). Es decir, se trasfiere el aspecto semántico concreto de una palabra para proyectarlo en una situación completamente distinta, en la que se quiere destacar dicha cualidad. Es, por ejemplo, lo que ocurre con la palabra *corazón* ‘órgano que impulsa la sangre’, que, actualmente, puede entenderse como ‘centro de algo’ en contextos como *el corazón de la ciudad*. La proyección en este caso de la metáfora en el sintagma presentado anteriormente es esta característica del corazón de ser nuclear, algo que puede aplicarse a una parte de la ciudad. Del mismo modo, *virus* y *pandemia*, mediante una metáfora, adquieren este significado nuevo, con el nuevo significado mencionado anteriormente.

73

2.4. Los significados de la palabra

Otra categorización relevante en semántica es aquella que trata de sistematizar las consecuencias en las acepciones que quedan recogidas bajo una misma etiqueta. En este caso se pueden destacar tres situaciones distintas. En primer lugar, puede ocurrir que se añada este nuevo significado a los significados originales (lo más común). Por lo tanto, la palabra gana acepciones. Es lo que ocurre con *virus* y *pandemia*, ya que los significados originales siguen existiendo. En segundo lugar, también es posible que simplemente haya una reorganización del significado original de la palabra y esta pierda alguno de los significados que tenía. Por lo tanto, que haya una reducción. Finalmente, se puede producir un cambio de

significado, mediante una disputa léxica (Soares Da Silva 2015), en el que la cantidad de acepciones no aumenta ni disminuye, simplemente cambia el contenido.

2.5. Extensión del cambio y sociolingüística

El aspecto más polémico y complejo de determinar, seguramente, es el punto exacto en el que podemos determinar que un cambio lingüístico está ya fijado y aceptado en el seno de una lengua (Hopper y Traugott 1993, Traugott y Dasher 2002). En otras palabras, debe decidirse cuándo esa innovación fruto de un hablante, cada vez extendida a más hablantes, pasa a estar consolidada como una acepción propia de una palabra determinada. Esta consideración propia de la sociolingüística suele tratarse a través de los conceptos de comunidad de habla y prestigio lingüístico (Trudgill 1974, López Morales 1989).

2.5.1. Comunidad de habla

74

La comunidad de habla, es decir, el resultado de actividades comunicativas que lleva a cabo un determinado grupo de personas (Duranti 1997), es quien da legitimidad al cambio lingüístico mediante su uso. En el momento en que un amplio porcentaje de esta comunidad asume como natural este uso, lo (re)conoce, lo utiliza, etc. este se convierte en un significado inherente a dicha etiqueta, a pesar de que su presencia en diccionarios pueda aparecer al cabo del tiempo. Por lo tanto, para poder valorar si ya se ha fijado la nueva acepción, presentada en este estudio, de *virus* y *pandemia* en dichas etiquetas se deberá comprobar si un amplio porcentaje de dicha comunidad usa tales palabras en este sentido.

2.5.2. Prestigio lingüístico

Dentro de una comunidad de habla hay varios subgrupos lingüísticos (tradicionalmente relacionados en sociolingüística con la distinción de género, edad, estrato social, lugar, etc.) que pueden llegar a tener variedades propias e, incluso, impulsar estas a su adopción por el resto de los grupos, hecho que permitiría dejar de hablar de una característica propia de uno de estos subgrupos y hablar de una variedad propia de una determinada comunidad de habla (Moreno Fernández 1990). Tradicionalmente, se ha asociado este mayor prestigio lingüístico a los estratos sociales altos, quie-

nes gozan de mayor poder, reconocimiento, dinero, etc. (Labov 1974). Este prestigio abierto suele estar presente en personas a las que socialmente se admiran, por motivos diversos y extralingüísticos. Por lo tanto, la mayoría de las innovaciones son promovidas por este tipo de agente social. Del mismo modo, se debe destacar el género femenino como el género que es más innovador y lidera más cambios de este tipo. Paradójicamente, también suele ser el género femenino quien utiliza las variedades más normativas, de prestigio y, por lo tanto, ya asentadas (Trudgill 1972).

3. Metodología: corpus

Una vez se han revisado los principales conceptos del cambio semántico y sociolingüístico y se ha categorizado el cambio que se produce en *virus* y *pandemia* (el mismo caso es aplicable para *cáncer*), debemos diseñar un estudio que nos permita afirmar si esta nueva metáfora es una contaminación temporal (moda) o realmente se asentará en el lenguaje. Somos plenamente conscientes de que los datos aquí presentados muestran una fotografía concreta de un momento concreto del estado de dichos términos. A partir de la tendencia observada, sí que se podrá ver la evolución real del estado que aquí se analiza, una vez se obtengan nuevos datos en unos meses.

Para ello, puesto que no existe ningún corpus de tales características, también deberemos crear uno *ad hoc*. Este se ha confeccionado a partir de un equilibrio sociolingüístico para gozar de un mayor objetivismo y también representatividad y, a la vez, comprobar si las palabras están presentes en todas las variables sociales, siguiendo las propuestas metodológicas de López Morales (1994). Dicho corpus consta de 480 frases (160 de *virus*, 160 de *pandemia* y 160 de *cáncer*).

En primer lugar, se tiene en cuenta la variación generolectal : 240 muestras son de hombres y 240, de mujeres. Asimismo, para revisar la variedad diastrática, hay 240 muestras de sociolecto alto y 240 de sociolecto bajo. Finalmente, también se debe tener en cuenta que el corpus tiene en cuenta la dualidad digital y tradicional. Por ello, para evitar influencias del medio hay 240 tuits (redes sociales) y 240 titulares de periódico (prensa tradicional), a través de la hemeroteca digital de suscripción “My News”, que cuenta con todas las publicaciones en prensa en España desde 1996 hasta hoy. En este caso, el sociolecto alto lo representarán periódicos de prestigio (El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia,...) y el sociolecto bajo, periódicos de menor tirada (El Progreso, Europasur,...).

4. Resultados

El corpus confeccionado, con 480 oraciones que incluyen *virus*, *pandemia* o *cáncer*, contiene 49 usos metafóricos o con el nuevo significado descrito (10,21%). A pesar de que pueda parecer un porcentaje bajo, ya que solo 1 de cada 10 veces veremos este uso, los resultados indican que dicho proceso semántico no es una percepción única del autor del estudio y que, realmente, existe tal uso, aunque todavía no esté muy extendido. Además, debe tenerse en cuenta que la constante sobreinformación en relación con el coronavirus puede llegar a influenciar dichos datos. Por ello, insistimos en que la validez de tales datos será confirmada cuando se realice un análisis con las mismas condiciones en los próximos meses.

Por otro lado, también se debe mencionar que se han documentado 20 usos metafóricos de *virus* en la muestra de 160 (12,50%) y 17 usos de *pandemia* (10,63%). En el caso de *cáncer* se realiza únicamente en 12 ocasiones (7,50%). Por lo tanto, ya que la aparición metafórica de *cáncer* es más reducida y esta ya está asentada, podemos señalar que, de momento, *virus* y *pandemia* tienen presencia en su nueva acepción. Además, también podemos ver que no hay una diferencia demasiado grande entre *virus* y *pandemia*, lo que hace indicar que dichas palabras están siguiendo el mismo proceso y gozan de la misma extensión. La preferencia por *virus* es ligeramente superior, no obstante, se ha comprobado que esta escasa diferencia no es estadísticamente significativa ($p < 0,05$), ya que todos los datos analizados han sido sometidos a una prueba estadística para comprobar si dichos datos son extrapolables o no. Dicha prueba permite corroborar con seguridad que, a pesar de que el corpus no goza de un tamaño de muestra ingente, sus resultados son perfectamente válidos. Por lo tanto, no se puede concluir que haya diferencias en este caso.

En el caso de la palabra *virus* encontramos 9 ejemplos en Twitter y 11 en prensa. No hay una diferencia estadísticamente significativa y se ve claramente que la presencia está muy equilibrada. La diferencia entre hombres y mujeres tampoco es relevante en este caso (10% hombres y 12,50% mujeres). O, dicho de otra manera, ambos sexos o géneros utilizan este fenómeno del mismo modo, no es una característica propia de ningún generolecto según estos datos. Dentro de Twitter, tampoco hay diferencias significativas entre prestigio alto y prestigio bajo. En la prensa, en cambio, sí que las hay. Ocho de las once realizaciones metafóricas de *virus* provienen de periódicos con alto prestigio (72,73%), mientras que solo hay 3 de periódicos con un prestigio más bajo (27,27%).

Estas realizaciones suelen tener una vinculación política muy clara (mayor en relación con la queja sobre la izquierda y el comunismo), especialmente en Twitter. Así, por ejemplo, en dicha red social se pueden

leer tuits como : “no se relaje, el virus aún es presidente” (con una imagen de López Obrador) ; “el viru (Fidel Castro)” ; “estoy vacunada contra la izquierda, el virus más peligroso que existe” ; “la TV es el virus” ; “inepto, inútil vos y todo tu gabinete son el virus de la pcia” ; “el principal virus que afecta a Cuba es la dictadura de más de 60 años.” ;... En cambio, en los medios de comunicación se han encontrado usos como : “los niños, las víctimas tardías de otros virus” ; “el virus de lo banal” ; “el virus de la sospecha” ; “el incurable virus de las cumbres” ; “La caída del Imperio Soviético: una extraordinaria vacuna contra el virus social-comunista” ;...

El significado metafórico de *pandemia* aparece en 17 ocasiones, 9 en Twitter y 8 en prensa. Por lo tanto, su presencia es equitativa. El prestigio alto es el que domina en toda ocasión, con resultados significativos estadísticamente, ya que 11 producciones son con este sociolecto y 6 en el sociolecto bajo. Ocurre lo mismo si la distinción entre sociolectos se hace dentro de Twitter o los medios: hay más producciones en el prestigio alto de Twitter y prensa. No obstante, estos segundos resultados no son significativos, pues su *valor p* es superior a 0,05. Del mismo modo, la diferencia entre géneros es escasa y, por lo tanto, se puede hablar de relativo equilibrio.

Los ejemplos que se han encontrado en este caso son bastante similares. En la red social han aparecido, por ejemplo : “La miseria moral es equiparar casos aislados (de madres) con una auténtica pandemia (de padres) (...) el machismo mata.” ; “cientos de muertos en Canadá por ola de calor de hasta 49 grados C en donde el promedio en verano era 23 C para esa «pandemia» vamos, o ya estamos.” ; “es lamentable la forma de desinformar de algunos medios después de tantos meses, la otra pandemia que nos está tocando vivir...” ; “la verdadera pandemia: niños repelentes explotados para hablar sobre medioambiente” ; “la otra gran pandemia del siglo: siete de cada diez jóvenes tiene miopía y la cifra va en aumento” ; “la verdadera pandemia son los embarazos” ;... En el caso de prensa se pueden citar, entre otros: “la pandemia colateral” ; “la otra ‘pandemia’”, “la pandemia literaria de Jorge García” ;...

Finalmente, en el caso de cáncer vemos números algo distintos. Se debe recordar que la trayectoria de la metáfora de *cáncer* es mucho mayor, pues empezó hace bastante tiempo. Por lo tanto, estamos ante un uso más asentado (y ya reflejado en los diccionarios). El primer hecho llamativo es que las 12 realizaciones que se han encontrado han sido en Twitter, no hay ejemplos en prensa en este corpus (0%). La diferencia entre hombres y mujeres vuelve a no ser especial (7 y 5 ejemplos, respectivamente) y no permite hacer distinciones. Obviamente, no se pueden contrastar diferencias de estrato en prensa, pues no hay ejemplos; pero en Twitter, de las 12 realizaciones, 9 han sido en estratos bajos y 3, en altos. Estos datos, relevantes, indican que el proceso metafórico está totalmente asentado.

Algunos de los ejemplos encontrados con *cáncer*, ya no como metáfora en cambio, pues ya está reconocido como una acepción más son : “Por decir q, siendo de izquierdas, prefiero una derecha democrática q una izquierda antidemocrática o populista obviamente retiro lo dicho el extremismo de cualquier signo es un cáncer para España” ; “Keiko, qué mala perdedora eres y eres una vergüenza para toda la comunidad nikkei ojalá los Fujimori desaparecieran de la política para siempre, son un cáncer para el país” ; “un acampe por una delincuente y después te dicen que no vayan los chicos a la escuela o que no salgas a trabajar o trabajos con aforo los kirchneristas son el cáncer de este país”; “Tebas es el cáncer del fútbol, el y su chirnguito la liga = Mafia =UEFA, el fútbol es de los aficionados decían tebas y Ceferin” ; “PERONISMO EXPLÍCITO CÁNCER ARGENTINO!!! SINDICATOS FASCISTAS!!!!” ; “L Sanchismo se ha cargado al Socialismo y son un cáncer para nuestro país” ; “totalmente de acuerdo... son un cáncer, como el peronismo” ;...

5. Conclusiones

78

En primer lugar, debemos confirmar parcialmente la hipótesis de partida. Por una parte, hemos podido constatar que el uso metafórico de *virus* y *pandemia* está presente en todos los estratos y, además, los agentes sociales con mayor prestigio están encabezando el cambio. No obstante, no hemos podido constatar que las mujeres también estén liderando dicho cambio: las realizaciones son bastante parecidas a las de los hombres, no existen diferencias notables. Por ello, podemos asegurar que este proceso de cambio lingüístico está ya bastante asentado y se promueve más en estratos altos de la sociedad.

Posteriormente, en referencia a los objetivos planteados, es importante destacar que se ha logrado, primeramente, caracterizar semánticamente todos los detalles del cambio apreciado. *Virus* y *pandemia*, al igual que ocurrió con *cáncer* en su día, son dos etiquetas que son claro ejemplo de: ampliación o generalización semántica, por necesidad expresiva, a través de una metáfora y mediante una ampliación de acepciones o significados.

El segundo de los objetivos planteados, crear el corpus, también ha sido resuelto satisfactoriamente con un corpus de 480 entradas equilibrado sociolingüísticamente. A pesar de que este corpus nace para un uso muy específico, es cierto que podría utilizarse para muchas otras labores lingüísticas. Además, se debe recordar que, para poder gozar de un análisis más rico, el presente corpus debería contrastarse con otro de la misma naturaleza, pero posterior en el tiempo. De este modo se podrán ver real-

mente los cambios y la evolución de la imagen aportada en este estudio, que serviría como punto de referencia o corpus A.

El análisis cuantitativo y cualitativo del corpus, el siguiente de los objetivos, ha aportado información muy relevante. Cuantitativamente, hemos podido ver, en resumen, la tendencia presentada anteriormente en la respuesta a la hipótesis. Cualitativamente, es necesario comentar las tendencias semánticas observadas. Si se revisan los ejemplos aportados, se puede apreciar la predisposición de *virus* a utilizarse en el ámbito político, más específicamente con sistemas políticos (normalmente aplicados a la izquierda o el comunismo). Además, suelen considerarse “virus” cosas generales y no con nombre propio. En referencia a *pandemia*, los hablantes suelen hacer uso metafórico de la etiqueta con cuestiones mucho más generales y no restringidas exclusivamente a la política. En otras palabras, los hechos nocivos suelen ser aspectos más generales de la sociedad, con una menor probabilidad de encontrar un responsable directo y más vagos. Obviamente, tampoco hay referencias *ad hominem*. Finalmente, en el caso de *cáncer* (último objetivo) se puede apreciar como su uso es mucho más parecido a *virus* que a *pandemia*. No obstante, se aprecia una diferencia fundamental. En este caso, en *cáncer*, aparecen muchas referencias a nombres propios o a movimientos políticos con nombre propio: Keiko, Tebas, Sanchismo, Kirchnerismo,...

En definitiva, como se ha comentado ya, somos plenamente conscientes de que este estudio necesita más datos de otros momentos para poder corroborar la tendencia del cambio. No obstante, preferimos verlo como un reto futuro que ayude a completar la visión aquí planteada y, por lo tanto, simplemente pretendemos dar este primer paso necesario para poder, en el futuro, confirmar con una mayor certidumbre los detalles del cambio que aquí se apuntan.

Bibliografía

- CROFT, W. (2000a). *Explaining language change: an evolutionary approach*. Essex: Longman.
- CROFT, W. (2000b). Grammatical and lexical semantics. En Booij, G., Lehmann, C. y Mugdan, J. (eds.), *Morphology: A Handbook on Inflection and Word Formation*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- CRUSE, A. (2011). *Meaning in Language. An Introduction to Semantics and Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- DURANTI, A. (1997). *Linguistic Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ESCANDELL VIDAL, M.V. (2012). *Apuntes de semántica léxica*. Madrid: UNED.
- ESPINAL, M.T. (2002). *Semàntica. Del significat del mot al significat de l'oració*. Barcelona: Ariel.
- HOPPER, P.J. y TRAUGOTT, E.C. (1993). *Grammaticalization*. Cambridge: Cambridge University Press.

- KORTMANN, B. (2005). *English Linguistics: Essentials*. Berlín: Cornelsen.
- LAKOFF, G. y JOHNSON, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- LÖBNER, S. (2002). *Understanding Semantics*. Londres: Arnold.
- LÓPEZ MORALES, H. (1989). *Sociolingüística*. Madrid: Gredos.
- LÓPEZ MORALES, H. (1994). *Métodos de investigación lingüística*. Salamanca: Ediciones del Colegio de España.
- McMAHON, A.M.S. (1994). *Understanding Language Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. (1990). *Metodología sociolingüística*. Madrid: Gredos.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2014). *Diccionario de la lengua española* (23^a. ed.). Madrid: Espasa.
- SOARES DA SILVA, A. (2015). Competition of synonyms through time: Conceptual and social salience factors and their interrelations. *Catalan Journal of Linguistics*, 14, pp. 199-218.
- TRAUGOTT, E.C. y DASHER, R.B. (2002). *Regularity in Semantic Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TRUDGILL, P. (1972). Sex, covert prestige and linguistic change in the urban British English of Norwich. *Language in society*, 1, pp. 179-195.
- TRUDGILL, P. (1974). Linguistic change and diffusion: description and explanation in sociolinguistic dialect geography. *Language in society*, 2, pp. 215-246.
- ULLMAN, S. (1965). *Semántica. Introducción a la ciencia del significado*. Madrid: Aguilar.

Perfil bio-bibliográfico

Antoni Brosa Rodríguez es Investigador Martí i Franquès en la Universitat Rovira i Virgili (Tarragona, España), donde también ejerce de docente en el Departament de Filologies Romàniques. Ha cursado el grado (Filología Hispánica) y el máster (Didáctica de la Lengua y Literatura) en esta misma universidad. Desde 2018 a 2020 ha sido profesor de lengua española en la Universidad de Lodz. Actualmente, además, está desarrollando su tesis doctoral en lingüística formal.

Su investigación se ha realizado, especialmente, en los ámbitos de la innovación en la didáctica de la lengua y en la perspectiva de género en filología. No obstante, actualmente, su línea de investigación más prominente versa sobre los universales lingüísticos y, en especial, desde el ámbito de la lógica difusa. Sus 4 publicaciones más recientes son:

- Brosa Rodríguez, A. y Rodríguez Campillo, M. J. (2021). Liberadas del olvido: un canon de escritoras áureas. En Fernández Ulloa, T. y Soler Gallo, M. (eds.), *Las insolentes: Desafío e insumisión femenina en las letras y el arte hispanos*. Berlín: Peter Lang, pp. 43-62.
- Torrens-Urrutia, A., Jiménez-López, M. D. y Brosa-Rodríguez, A. (2021). A Fuzzy Approach to Language Universals for NLP. En *IEEE CIS International Conference on Fuzzy Systems (FUZZ-IEEE) 2021*. Luxemburgo: IEEE, pp. 992-997.
- Brosa Rodríguez, A. (2021). Principales dificultades en la investigación de universales lingüísticos. En Bargalló Escrivà, M. (ed.), *Recerca en Humanitats 2021*. Tarragona: Publicacions URV, en prensa.
- Brosa-Rodríguez, A. y Rodríguez-Campillo, M. J. (2020). Improvement of the final task-based activities of the textbooks of Spanish as foreign language. En *EDULEARN20 Proceedings: 12th International Conference on Education and New Learning Technologies*, IATED Academy, pp. 1949-1958.