



ISSN 1887-4606

Vol. 19, núm. 3, 2025, 598-641
<https://doi.org/10.14198/dissoc.30005>

Sección
Dosier monográfico

**El discurso sobre el medioambiente en la
prensa digital en español: Neologismos en
eco- y titulares *clickbait***

*Environmental discourse in the Spanish-language
digital press: Neologisms in eco- and clickbait
headlines.*

Susana Guerrero Salazar
Universidad de Málaga, España

Resumen

Los distintos discursos sobre cuestiones medioambientales influyen en el trato que otorgamos al medio ambiente. Para ello es esencial analizar las palabras nuevas que acompañan estos discursos y que son divulgadas a través de los medios de comunicación, cuyo papel es fundamental, ya que

no solo determinan qué asuntos poseen interés informativo, sino que influyen en la opinión pública y actúan como agentes socializadores. Este artículo presenta un estudio de diseño cualitativo y exploratorio de titulares de prensa digital en español (tanto publicada en Hispanoamérica como en España) con neologismos en eco- procedentes del acortamiento de la palabra ecología o ecológico. El objetivo es analizar estas palabras para entender la construcción y los usos pragmalingüísticos del discurso ecológico/sostenible al que se refieren. De este modo, podremos apreciar con qué intención se emplean en los titulares analizados y cómo el neologismo activa marcos de interpretación tanto en lo referente a campos semánticos específicos, como a las intenciones comunicativas que pretende, altamente ligadas a lo emocional. El análisis ha permitido detectar las estrategias léxico-discursivas empleadas en los titulares en los que se insertan dichos neologismos y cómo estos neologismos son piezas claves de los titulares gancho (clickbait), ya que adoptan un enfoque sensacionalista, favorecen la curiosidad y la creación de emociones y desempeñan un papel fundamental en la ideologización del titular, pues, a través ellos, se realiza una evaluación o juicio relacionado con el medio ambiente, la ecología y las personas que se posicionan a favor o en contra.

Palabras clave: prensa digital; clickbait; neologismo; medioambiente; ecología; eco-discurso; ideología.

Abstract

The different discourses on environmental issues influence the way we treat the environment. To this end, it is essential to analyze the new words of these discourses that are disseminated through the media, whose role is fundamental, since they not only determine which issues are newsworthy, but also influence public opinion and act as socializing agents. This article presents a qualitative and exploratory design study of Spanish digital press headlines (both published in Latin America and Spain) with neologisms in eco- coming from the shortening of the word ecología or ecológico. The objective is to analyze these words in order to understand the construction and pragmalinguistic uses of the ecological/sustainable discourse to which they refer. In this way, we will be able to appreciate with what intention they are used in the headlines analyzed and how the neologism activates frames of interpretation both in terms of specific semantic fields and the communicative intentions it intends, which are highly linked to the emotional. The analysis has made it possible to detect the lexical-discursive strategies used in the headlines in which these neologisms are inserted and how these neologisms are key parts of the clickbait headlines, since they adopt a sensationalist approach, favor curiosity and the creation of emotions and play a fundamental role in the ideologization of the headline, since, through them, an evaluation or judgment related to the environment, ecology and the people who position themselves in favor or against is made.

Keywords: digital press; clickbait; neologism; environment; ecology; eco-discourse; ideology.

Cómo citar: Guerrero Salazar, Susana (2025). El discurso sobre el medioambiente en la prensa digital en español: Neologismos en eco- y titulares clickbait. *Discurso & Sociedad*, 19(3), 598-641. <https://doi.org/10.14198/dissoc.30005>

Fecha de recepción: 08/07/2025

Fecha de aceptación: 06/09/2025

Conflicto de intereses: los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Financiación: Este estudio no ha contado con ninguna financiación.

© 2025 Susana Guerrero Salazar

Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0):

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



Introducción

El cambio climático es considerado como una temática de relevancia para la Lingüística a partir de 1990 (Penz y Fill 2022) y ha sido tanto el interés suscitado que cada vez son más los estudios realizados en el marco de la Ecolingüística (Fill y Penz 2018; Forte 2020; Guerra 2021), disciplina que analiza cómo influyen, en el trato que otorgamos al medio ambiente, los discursos y/o las percepciones de los diferentes agentes sociales cuando dialogan sobre cuestiones medioambientales (García Ruiz 2022, p. 64).

De hecho, la preocupación por el medioambiente y las propuestas ecologistas son, en la actualidad, temas recurrentes, de ahí que la comunicación climática sea una cuestión fundamental en las agendas políticas de todas las ideologías. De ello dan cuenta las tres investigaciones impulsadas por ECODES (Fundación Ecología y Desarrollo). La primera hace una aproximación a cómo se comunica el cambio climático a la audiencia conservadora en España (Fernández-Reyes, Díaz-Beyá y Heras Hernández 2020); la segunda se centra en las narrativas progresistas (Fernández-Reyes, Díaz-Beyá y Heras Hernández 2021) y la tercera pone de manifiesto lo que une los discursos climáticos de ambos espectros políticos (Fernández-Reyes y Heras Hernández 2022). En este último trabajo, se estudia la cobertura mediática de las expresiones “cambio climático”, “calentamiento global” y “crisis climática” en las portadas y editoriales de los diarios *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *Expansión*; el estudio concluye que actualmente la brecha entre los distintos espectros políticos españoles en torno al cambio climático es moderada y el negacionismo es minoritario. Estos datos resultan positivos con respecto a los resultados de otras investigaciones anteriores, como la de Blanco Castilla, Quesada Pérez y Teruel

Rodríguez (2013), quienes probaron que los medios de comunicación practican un periodismo ideologizado, con posturas más o menos críticas en torno al cambio climático en función del color del gobierno al que apoyan. Posteriormente, estas mismas autoras (Quesada Pérez, Blanco Castilla y Teruel Rodríguez 2015) analizaron los factores que influyen en el posicionamiento editorial de cuatro medios de gran influencia sobre la opinión pública europea: *El País* (España), *Le Monde* (Francia), *The Guardian* (Inglaterra) y *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Alemania), y mostraron que la presencia de la temática medioambiental en ellos se reduce drásticamente cuando los partidos en el poder pertenecen a una ideología conservadora.

La bibliografía sobre los Estudios del Discurso acerca de los problemas medioambientales es muy abundante –el trabajo de Alcívar (2022) nos presenta una visión panorámica de los trabajos publicados por hispanohablantes tanto en español como en inglés– y no parece agotarse, pues, en 2024, se ha publicado un monográfico interdisciplinar que analiza discursos históricos y contemporáneos sobre el clima en y sobre Latinoamérica, combinando aspectos lingüísticos con otras dimensiones, como la historia y el conocimiento indígena (Hollstein y Mengert 2024).

También son muy numerosos los estudios del discurso del clima que han versado concretamente sobre los medios de comunicación (Callejo Gallego 2021, p. 280-281) y sobre su responsabilidad en torno a las posibles soluciones; se han analizado aspectos como la cobertura mediática del cambio climático (Doulton y Brown 2009), el papel de los medios y los periodistas científicos (Boykoff 2009; Cabeza San Deogracias y Gómez García, 2012; Fernández-Reyes y Mancinas-Chávez 2013), o los marcos discursivos empleados en Twitter, por ejemplo, el énfasis en la emergencia climática frente a la sostenibilidad, el paso de las conductas individuales a la necesidad de transformación sistémica y el igualitarismo radical (Belli, Revilla, Sánchez y Gonzalo 2022). Se ha estudiado, además, cómo estos marcos discursivos varían según las fuentes, pues, como señalan Belli, Revilla, Sánchez y Gonzalo (2022), los organismos e instituciones internacionales utilizan la gubernamentalidad verde y el crecimiento verde, mientras que el discurso de los movimientos sociales ecologistas recurren al radicalismo y al antagonismo, presentes en los marcos de justicia climática descritos por Della Porta y Parks (2014).

Otra línea de investigación es la del análisis del discurso de los líderes de opinión. En este sentido, Jiménez Tovar (2021) muestra el impacto que producen los discursos del expresidente de Uruguay José Mujica y de la activista ambiental Greta Thunberg en la prensa publicada en el continente americano, y sus

consecuencias en la sociedad, pues no podemos olvidar que los discursos generan acción. Como explica Pérez (2023, p. 54):

Los periodistas y otros profesionales de la información que intervienen en la elaboración de los discursos informativos, mediante los mensajes mediáticos, ofrecen interpretaciones a través de las cuales dan sentido al mundo, proporcionan encuadres a través de los cuales aprehenderlo; enmarcamientos que llaman la atención sobre aspectos particulares y desde enfoques específicos.

Sin duda, quien más atención ha recibido por parte de la literatura académica es Greta Thunberg (véanse, entre otros, los trabajos de Espejel Gómez & Hidalgo Toledo 2020; Jacobsson 2020; Díaz-Pérez, Soler-i-Martí y Ferrer Fons 2021; Jiménez Tovar 2021; Smolak Lozano y Nakayama 2023), cuyo impacto, tanto a través de sus redes sociales como de los medios de comunicación internacionales, se ha denominado “efecto Greta”. Su éxito de seguimiento se fundamenta, entre otras razones, en los marcos discursivos de sus relatos digitales, en el uso de recursos retóricos, en los argumentos de tipo moral y en sus acciones.

Otra línea de interés ha sido el estudio del léxico del medioambiente, pues como explica García Ruiz (2022, p. 66): “La adaptación lingüística relativa a la preocupación universal por el cambio climático no puede omitir el registro de indicaciones terminológicas coetáneas, neologismos compenetrados con el léxico que representa a la sociedad del siglo XXI”. En esta línea de estudio se inserta la presente investigación, donde se realiza un análisis de un grupo de neologismos formados con *eco-* extraídos de una muestra de titulares de la prensa digital española e hispanoamericana que versan sobre el medioambiente y el ecologismo.

Marco teórico

El marco teórico que sustenta el presente estudio se apoya fundamentalmente en dos disciplinas, la Lexicología y el Análisis del Discurso, este último principalmente en su versión de Análisis Crítico del Discurso (Jiménez Tovar 2021), que estudia el lenguaje como práctica social y considera que el contexto de uso es determinante; además, se interesa de modo particular por la relación entre lenguaje y poder y por cómo se manifiestan las estrategias de dominación y se reproducen prejuicios y estereotipos (Van Dijk 1996a y 1996b). Este marco metodológico permite analizar cómo los neologismos en *eco-* en los titulares analizados construyen y reproducen ideologías y posicionamientos a favor y en contra del cambio climático y del ecologismo. En este sentido, resulta

fundamental el concepto de ideología, entendida como sistema de creencias y representaciones sociales compartidas, propuesta teórica que se basa en la interrelación entre cognición, sociedad y discurso (Van Dijk 1999).

Otro concepto fundamental es el de *clickbait* (Blom y Hansen 2015; Palau-Sampio 2016; García Orosa, Gallur Santorun y López García 2017; Scott 2021 y 2023), denominado también *ciberanzuelo*, *cebo de clics* o *titular gancho*, entendido, en sentido restrictivo, como las estrategias seguidas en la formulación de los titulares que no responden a los criterios periodísticos tradicionales, pues el objetivo es conseguir que el público lea el texto completo, para lo cual se apela a la curiosidad, al humor, a la emotividad o a los cebos clásicos, como, por ejemplo, el sexo (Palau-Sampio 2016: 68).

Como señalan Bazaco, Redondo y Sánchez-García (2019, p. 98), el *clickbait* es un fenómeno comunicativo “que recurre a contenidos pseudoinformativos elaborados mediante estrategias de economía de la atención que se aproximan al sensacionalismo y al infoentretenimiento. Sus mensajes se diseñan como gancho, con fines más propios del marketing, a través de recursos tales como titulares llamativos, apelación directa al lector y contenidos superficiales o exagerados”. Esto se debe, como señala Díaz Nosty (2015), al proceso de tabloidización y banalización de los medios de referencia, sobre todo en sus versiones digitales, que llevan a cabo prácticas comunicativas basadas en la espectacularización y en la infosátira como modo de supervivencia.

Para el análisis de los titulares *clickbait* hemos tenido en cuenta, principalmente, los trabajos de García Serrano, Romero-Rodríguez y Hernando Gómez (2019); Bazaco, Redondo y Sánchez-García (2019); Bravo Araujo, Serrano-Puche y Novoa Jaso (2021), y Nadal Palazón (2024).

Así mismo, la Lexicología nos ha aportado la base teórica para entender cómo funciona el formante *eco-*, el cual, en la actualidad, crea neologismos tanto con su significado etimológico, como con el significado resultante del proceso de acortamiento de la palabra *ecología*. Para Casado Velarde (1999, p. 5089-5090), se trata de un caso de homonimia, dado que este formante, originario del griego, solo tenía el significado de ‘ámbito vital o medio ambiente’; sin embargo, actualmente, ha adquirido el sentido de ‘protección del medio ambiente’, procedente del acortamiento del término *ecología* (o *ecológico*).

La inestabilidad gráfica que presenta el formante *eco-* (unas veces se adhiere a la base, otras veces se adjunta mediante guion y otras aparece independiente) justifica las distintas denominaciones y las diversas formas en que aparece recogido en los diccionarios (Estornell Pons 2016, p. 115-116; Sanmartín Sáez 2016, p. 185). No vamos a entrar en el debate terminológico, pues la

diversidad de denominaciones responde a su intersección entre la derivación (formante prefijal, prefijoide, segmento prefijal...) y la composición (raíz prefija, formante culto, tema culto, elemento pro-compuesto o compositivo culto...) (Sanmartín Sáez 2016, p. 180-181).

Estornel Pons (2016, p. 116) considera *eco-* como un elemento compositivo que da lugar a los llamados compuestos cultos, pues, aunque las palabras resultantes están formadas por dos voces del español, dicho elemento compositivo funciona como determinante, mientras que la palabra patrimonial a la que se une funciona como determinado, de la misma forma que ocurre con los compuestos cultos propiamente dichos (Castillo Benítez y Adelstein 2019, p. 27). Sin embargo, para Solivellas (2024), se trata de un prefijoide o francoconstituyente que se diferencia de los temas cultos en que es de creación reciente, es más productivo y procede del acortamiento de una palabra, que, con el tiempo, ha dado lugar, mediante un proceso de analogía, a un nuevo morfema.

En cualquier caso, de lo que no cabe duda es de la gran productividad de este nuevo formante (Estornel Pons 2016; Sanmartín Sáez 2016; Castillo Benítez y Adelstein 2019; Castillo Benítez 2020), entre otras razones, porque focaliza la atención en lo ecológico, implica no dañar el medio ambiente y otorga modernidad, todo lo cual se percibe con una valoración positiva en la sociedad actual.

El artículo que presentamos sigue la trayectoria de otros trabajos sobre los neologismos que genera el formante *eco-*, entre ellos, el de Estornel Pons (2016), que ha estudiado el léxico relacionado con el turismo ecológico o ecoturismo, y el de Sanmartín Sáez (2016), que se ha centrado en la estrategia pragmática que busca el uso de estas voces en normativas y textos promocionales de alojamientos turísticos tanto en España como en América.

Recientemente, Solivellas (2024) ha analizado las construcciones con *eco-* a partir de un corpus de neologismos de la base de datos del Observatorio de Neología (BOBNEO) y ha presentado una propuesta de clasificación según cuatro significados diferentes: ‘eco-1’ ‘medio, hábitat’, ‘eco-2’ ‘ondas sonoras’, ‘eco-3’ ‘(relativo a la) ecología’ y ‘eco-4’ ‘(relativo a la) ecografía’. Los dos primeros son elementos cultos, mientras que los dos segundos no lo son, pues proceden del acortamiento de *ecología* y *radiografía*, respectivamente. Creemos que habría que añadir un quinto valor, el procedente del acortamiento de *economía*.

Según Solivellas (2024, p. 948-949), ‘eco-3’ ‘(relativo a la) ecología’ posee cuatro valores distintos: 1. referido a ‘ecologismo’; 2. relativo a ‘reciclaje’; 3. ‘defensa del medio ambiente’; 4. ‘ecológico’ o ‘sostenible’. A su vez, este

último valor presenta siete subacepciones: 1. materiales que se obtienen sin generar impacto ambiental; 2. actividades que quieren minimizar el impacto ambiental; 3. edificios que reducen la contaminación; 4. actividades o eventos relacionados con la sostenibilidad; 5. elementos de marcaje para indicar productos, actividades, etc., ecológicamente responsables; 6. tributos orientados a paliar el desgaste ambiental; 7. cualquier elemento, actividad, etc., que es de una manera u otra sostenible. La clasificación es muy compleja, pues resulta prácticamente imposible dilucidar qué significa exactamente cada neologismo, pues, como indica Solivellas (2024, p. 951), el significado del formante *eco-* se ha ido generalizando hasta volverse vago, de forma que se ha convertido en una especie de marca relacionada con todo lo relativo a la ecología y al medioambiente; además, puede adjuntarse a cualquier tipo de base, aunque se trate de actividades que, a priori, puedan resultar poco sostenibles.

De hecho, como señala García Ruiz (2022, p. 66), llama la atención la profusión del prefijo *eco-* en el marketing global de productos y servicios por “la desviación eufemística que comporta, cuando la mayor parte de lo publicitado bajo dicha etiqueta es insostenible desde una perspectiva ecosistémica”. Basten ejemplos como *ecolujo* o *ecoglamour*:

- (1) Del ‘ecolujo’ al ‘e-luxury’: la redefinición del concepto del lujo tras la crisis
<https://www.eleconomista.es/global/noticias/3146326/06/11/Del-ecolujo-al-eluxury-la-redefinicion-del-concepto-del-lujo-tras-la-crisis.html>
- (2) Custo lleva el ‘ecoglamour’ a la Fashion Week
https://www.heraldo.es/noticias/sociedad/custo_lleva_ecoglamour_fashion_week.html

Corpus, metodología y objetivo

El trabajo realizado se basa en un estudio de diseño cualitativo y exploratorio a través de una muestra aleatoria obtenida a partir de la búsqueda en Google News de titulares de prensa digital en español (tanto publicada en Hispanoamérica como en España) con neologismos relacionados con la ecología y el medioambiente, para lo cual hemos empleado la etiqueta *eco-*.

Una vez discriminados los términos en *eco-* que están recogidos en el diccionario académico, los que mantienen el significado etimológico del formante *eco-* (hemos descartado el sentido de ‘casa, medio o ámbito vital’ y el de ‘sonido’) y los que proceden del acortamiento de la palabra *economía*, la muestra final se ha reducido a 350 titulares –tanto de periodismo informativo

como de opinión publicados de 2007 a 2025—, los cuales contienen 369 neologismos procedentes del acortamiento de los términos *ecología* o *ecológico*.

El objetivo es, por un lado, detectar las estrategias léxico-discursivas empleadas en los titulares que conforman el corpus y comprobar si coinciden con las estrategias de los titulares *clickbait* que nos han aportado los estudios que fundamentan el marco teórico; por otro lado, analizar los neologismos en *eco-* para entender la función que desempeñan dentro del titular; de este modo, podremos ver a dónde apuntan estos términos y con qué intención se emplean en el discurso ecológico/sostenible de la prensa.

La hipótesis de partida es que estos neologismos funcionan como piezas claves del titular *clickbait*, ya que suponen un recurso llamativo de intensificación, a través del cual se realiza una evaluación o juicio relacionado con el medioambiente.

Análisis y resultados

Presentamos a continuación las estrategias léxico-discursivas más relevantes empleadas en los titulares analizados.

Léxico valorativo

El estilo evaluativo de los titulares es la principal estrategia utilizada para lograr el sensacionalismo de las noticias (Molek-Kozakowska 2013, p. 188); pues bien, gran parte de los titulares analizados se formulan con un léxico altamente valorativo, a través del cual se incorporan juicios y opiniones explícitas sobre personas o hechos relacionados con la ecología y el medioambiente. Es lo que sucede en los siguientes ejemplos, cuya carga ideológica es manifiesta. El titular (3) sintetiza un caso de regulación y control de la discursividad (Narvaja de Arnoux 2024, p. 121-122) ejercido por una política de derechas (Isabel Ayuso), cuya acción se presenta mediante el verbo *fulmina*, relacionado con los neologismos *ecofeminismo* y *ecosocial*; el mismo diario conservador parodia en (4) la postura a favor del ecologismo de un político de izquierdas (Pedro Sánchez), cuyo discurso sobre el medioambiente queda desacreditado al ser calificado como *trabalenguas*, contribuyendo así a su ridiculización y al desprestigio de su imagen pública:

- (3) Ayuso fulmina de la ESO palabras que no existen en el diccionario como «ecofeminismo» y «ecosocial»

<https://okdiario.com/madrid/ayuso-fulmina-eso-palabras-que-no-existen-diccionario-como-ecofeminismo-ecosocial-8974260>

- (4) El «trabalenguas» de Sánchez en la ESO: «Naturaleza interconectada e inter y ecodependiente»
<https://okdiario.com/espana/trabalenguas-sanchez-eso-naturaleza-interconectada-inter-ecodependiente-8978537>

Abundan los marcos de representación basados en encuadres personales y emocionales, como sucede en las dos citas sin autoría seleccionadas en (5) (se considera “una vergüenza” la *ecocabaña*) y en (6) (se considera “prevaricación” el favoritismo hacia los *eco-izquierdistas*), y en los comentarios “ver para creer” (referido a los *ecosexuales*) de (7) o “¡Toma ya!” de (42):

- (5) Una ‘ecocabaña’ con váter al aire libre en Lanzarote: “Una vergüenza”
https://www.cope.es/emisoras/canarias/las-palmas/lanzarote-fuerteventura-regional/noticias/una-ecocabana-con-vater-aire-libre-lanzarote-una-verguenza-20240222_3160164
- (6) El Gobierno riega con casi un millón de euros a los eco-izquierdistas en plena crisis: “Roza la prevaricación”
<https://www.libremercado.com/2020-10-22/gobierno-riega-millon-euros-eco-izquierdistas-roza-prevaricacion-6672545/>
- (7) Quiénes son los ecosexuales y por qué hacen el amor con la naturaleza: ver para creer
<https://www.univision.com/explora/quienes-son-los-ecosexuales-y-por-que-hacen-el-amor-con-la-naturaleza-ver-para-creer>

Como vamos a comprobar, en gran parte de los titulares analizados el léxico valorativo lo constituye el propio neologismo en *eco-*, que, en el 34 % de las ocasiones posee una valoración positiva (*eco-esperanza*, *eco-optimismo*, *ecoempatía*, *eco-despertar*, *ecohéroe*, *ecoheroína*, *ecoluchador/a*, *ecosolidario/a*, *ecoactivo/a*, *ecoconsciente*, *ecoamiga*, *ecoamigable*, *ecoeficacia*...) y se introduce en titulares a favor del ecologismo. El carácter valorativo del término *ecoheroína* en (10) viene enfatizado por la redundancia que supone el adjetivo coloquial *súper* que lo acompaña:

- (8) La “Eco-Esperanza”: la nueva apuesta de Francisco Vera
<https://www.radionica.rocks/entrevistas/la-eco-esperanza-la-nueva-apuesta-de-francisco-vera>
- (9) Latinoamérica vive un “eco despertar”

<https://www.wwf.org.co/en/?366972/Latinoamerica-vive-un-eco-despertar>

(10) Yyambae, una super ecoheroína de procedencia nacional

<https://erbol.com.bo/medio-ambiente/yyambae-una-super-ecohero%C3%ADna-de-procedencia-nacional>

El 36 % de los neologismos en *eco-* registrados poseen una valoración negativa. Destacan, fundamentalmente, los neologismos tendenciosos, creados “para denunciar determinadas medidas o para criticar, parodiar o ironizar sobre personajes de actualidad” (Guerrero Salazar 2020, p. 185). Mediante ellos se interpreta de manera subjetiva e intencionada las actuaciones y discursos a favor o en contra de la ecología. En estos casos, el neologismo se convierte en una pieza clave del titular para posicionarse ideológicamente y manifestar las tensiones entre ambas posturas; se trata de una herramienta de legitimación o de deslegitimación, pues permite a quienes escriben en contra del cambio climático y de las políticas ecológicas posicionarse como un “yo” racional frente al “otro”, que se construye discursivamente como irracional, exagerado o absurdo, o viceversa.

Principales campos semánticos

Los neologismos en *eco-* de los titulares valorativos pertenecen a los cinco campos semánticos que aparecen en la siguiente tabla:

Tabla 1: Principales campos semánticos de los neologismos en *eco-* con función valorativa

Movimientos e ideologías extremas	ecoanarquismo ecoanarquista ecoanimalismo ecoanimalista ecoautoritario ecoautoritarismo ecocomunismo ecocomunista ecodictador ecodictadura ecoescepticismo ecoescéptico/a ecoextremismo ecoextremista ecofacha ecofanático/a ecofanatismo eco-fascismo ecofascista ecofundamentalismo ecofundamentalista eco-machismo ecomarxismo ecomarxista econazi/ecolonazi econazismo ecoprogre ecoprogresismo ecopopulismo ecopopulista eco-racismo eco-racista eco-radical eco-reaccionario ecorregresismo eco-talibán ecoterrorismo ecoterrorista/ecolo-terrorista ecoveganismo ecoveganista
Salud mental	ecoansiedad, ecoansioso/a ecoagobiado/a ecoagobio eco-coping ecoculpa ecodepresión ecodeprimido/a ecoempatía ecofatiga ecofatigado/a ecofobia eco-grief eco-guilt ecohisteria ecohisterismo

	ecolocura ecopandemia ecoparálisis ecopesimismo ecopesimista ecopsicología ecopsicólogos/as eco-psicópata eco-psicopatía ecoterapia
Manipulación	ecoblanqueo ecoblanquear ecobulo/ecobulo eco-engaño ecoestafa ecofraude ecoimpostura eco-lo-gate ecomafia ecomanipulación ecomentira ecomito ecopostureo ecotimo
Guerra	eco-arma ecodefensa ecoguerra ecoguerrero/a ecohéroe ecoheroína ecolucha ecoluchador/a ecomilitancia ecomilitante eco-revolución ecosabotaje ecowarrior
Muerte	eco-ataúd ecodepredador ecofuneral ecogenocidio ecomuerte ecosuicidio

Como se aprecia, el grupo más numeroso lo constituyen los neologismos que relacionan la defensa del ecologismo y del medioambiente con las ideologías políticas antidemocráticas y extremas, con el fanatismo o, incluso, con actuaciones criminales (*ecoterrorismo, ecoterrorista*). De este modo, términos como *ecofascismo* o *ecofascista*, pueden definir, respectivamente, una ideología (que asocia fascismo y ecologismo) y a sus seguidores, o usarse como insulto por parte de la derecha para atacar al movimiento ecologista y acusar a sus seguidores de radicales y extremistas.

En (11) es el partido de extrema derecha, VOX, el que se posiciona frente al *eco-radicalismo* del resto de los partidos y, en (12), el mismo partido el que juzga de *ecoradicales* [sic] los requisitos impuestos al campo andaluz:

(11) VOX reivindica defender el sector primario en Galicia frente el eco-radicalismo apoyado por el resto de partidos

<https://www.voxespana.es/evento/vox-reivindica-defender-el-sector-primario-en-galicia-frente-el-eco-radicalismo-apoyado-por-el-resto-de-partidos>

(12) Vox augura que los nuevos requisitos “ecoradicales” de la reforma de la PAC serán “la puntilla” para el campo andaluz

<https://www.europapress.es/andalucia/noticia-vox-augura-nuevos-requisitos-ecoradicales-reforma-pac-seran-puntilla-campo-andaluz-20221115120537.html>

Posicionarse a favor o en contra del ecologismo y de las políticas medioambientales supone situarse, dentro del espectro político, a la izquierda o a la derecha respectivamente. Por ello, términos como *ecosocialista* y, sobre todo *ecocomunista*, se convierten en términos negativos desde el posicionamiento ideológico de la derecha. Así, en el siguiente texto de un diario conservador, se analiza en clave lúdica la serie infantil “Los Pitufos”, personajes a quienes se tilda irónicamente de *ecocomunistas* y *heteropatriarcales*:

- (13) Ecocomunistas y heteropatriarcales: teorías sobre «Los pitufos» cuando cumplen 65 años
https://www.larazon.es/cultura/ecocomunistas-heteropatriarcales-teorias-pitufos-cuando-cumplen-65-anos_2023030964092e107262e500019e4a35.html

El término *ecoprogresista* no es valorativo en sí mismo, sin embargo, puede serlo contextualmente si se convierte en adyacente de sustantivos que sí lo son, como *idiotez* o *batalla* en los siguientes ejemplos; la elección en (15) de la forma coloquial acortada *ecoprogre* subraya aún más el carácter tendencioso del titular:

- (14) Idiotez ecoprogresista
<https://www.farodevigo.es/opinion/cartas-al-director/2023/06/23/idiotez-ecoprogresista-89033543.html>
- (15) La batalla ‘ecoprogre’
<https://www.farodevigo.es/opinion/cartas-al-director/2021/11/30/batalla-ecoprogre-60119259.html>

A través del léxico valorativo se pretende construir una relación de complicidad entre el periódico y el público, basada en la idea preconcebida de que comparten el mismo posicionamiento ideológico en torno al medioambiente y al ecologismo. En (16), a través de las palabras entre paréntesis –*sobre el peligro eco-reaccionario*–, referidas a la izquierda política, se realiza una especie de guiño al público lector, con el que el diario conservador subraya su complicidad ideológica:

- (16) Por qué vivimos peor que nuestros padres (sobre el peligro eco-reaccionario)
<https://www.vozpopuli.com/altavoz/cultura/por-que-vivimos-peor-que-nuestros-padres-sobre-el-peligro-eco-reaccionario.html>

En (17) la periodista, a través del adjetivo plural *hartos*, activa un “nosotros” con el que manifiesta conjuntamente su hartazgo y el de su público hacia el otro grupo, los “otros”, quienes imponen la *ecodictadura*:

- (17) Hartos de la ‘ecodictadura’
<https://www.expansion.com/2007/11/28/entorno/1062592.html>

Es frecuente encontrar neologismos en *eco-* relacionados con ideologías extremas usados como disfemismos para desautorizar a los ecologistas radicales: *eco-fascista*, *ecofacha*, *econazi* (también *ecolo-nazi*), *ecoprogre*, *ecoterrorista* (también *ecoloterrorista*), *ecotalibán*, *ecodictador*...:

- (18) Econazis, gilipollas, ecoterroristas, delincuentes, mamarrachos, perroflautas
<https://clasombrario.publico.es/econazis-gilipollas-ecoterroristas-delincuentes-perroflautas/>
- (19) Gestión forestal sostenible en Málaga vs ecotalibanes
<https://www.diariosur.es/opinion/gestion-forestal-sostenible-20221206000133-ntvo.html>

Mediante estas estrategias discursivas propias del *clickbait* se ilustra, además, lo que Becker (2019, p. 12-14) denomina el ideograma del “adversario radical”, a través del cual se construye una imagen caricaturesca y peyorativa de las personas que defienden el medioambiente, clasificándolas de irracionales, exageradas o delirantes.

El segundo gran grupo de neologismos valorativos en *eco-* lo conforma el campo semántico de la salud. La prensa lleva décadas haciendo divulgación sobre el impacto del cambio climático en ella, por lo que son frecuentes titulares que advierten de este peligro:

- (20) Solastalgia¹, eco-migración y suicidio: así está afectando el cambio climático a nuestra salud mental
<https://saludconlupa.com/climatopedia/solastalgia-eco-migracion-y-suicidio-asi-esta-afectando-el-cambio-climatico-a-nuestra-salud-mental/>

En este sentido, la prensa se convierte también en divulgadora de neologismos que designan enfermedades, síntomas y diferentes estados psicológicos relacionados con la salud mental, consecuencias del discurso apocalíptico sobre el medioambiente: *ecoansiedad* (término acuñado por la Asociación Americana de Psicólogos en 2017 y registrado en <https://blogscvc.cervantes.es/martes-neologico/ecoansiedad/>), *ecodepresión*, *ecofatiga*, *ecoparálisis*, *eco-guilt* (*ecoculpa*), *eco-grief* (o *duelo ecológico*), *eco-coping* (o *afrontamiento ecológico*), *ecopesimismo*, *ecoagobio*, *ecofobia*, *ecoansioso/a*, *ecoagobiado/a*, *ecodeprimido/a*, *ecofatigado/a*, *ecopesimista...*:

- (21) Cómo la Generación Alfa enfermó de eco-ansiedad
<https://www.libertaddigital.com/espana/politica/2023-10-20/como-la-generacion-alfa-enfermo-de-eco-ansiedad-7060169/>
- (22) Ecofatiga o el cansancio de los ciudadanos ante la responsabilidad ecológica
https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2011-10-10/ecofatiga-o-el-cansancio-de-los-ciudadanos-ante-la-responsabilidad-ecologica_321784/

(23) Del compromiso ambiental al ecoagobio

https://elpais.com/elpais/2019/09/17/eps/1568716379_552035.html

En el ejemplo (24) aparece el término *ecofobia*, acuñado a partir del acortamiento *eco-* y del formante culto *-fobia*, que se emplea en el sentido de la segunda acepción que registra el DLE²: Psiquiatr. ‘Temor angustioso e incontrolable ante ciertos actos, ideas, objetos o situaciones, que se sabe absurdo y se aproxima a la obsesión’. Nada que ver con el sentido de *ecofobia* en (29):

(24) Ecofobia, miedo al fin del planeta

<https://efeverde.com/ecofobia-miedo-al-fin-del-planeta/>

Para tratar todos estos problemas de salud mental que pueden llegar a padecer las personas fuertemente comprometidas con el medioambiente han surgido otros neologismos que ofrecen soluciones, como la *ecopsicología*, la *ecoterapia*, la *ecoempatía* o los *ecopsicólogos*:

(25) Ecopsicólogos para los ecoansiosos

<https://kilometrocerro.cl/ecopsicologos-para-los-ecoansiosos/>

Dentro del campo semántico de la salud, destacan los neologismos tendenciosos creados desde el negacionismo para referirse de modo disfemístico a quienes defienden a ultranza los postulados ecologistas. Nos referimos a los neologismos que presentan la defensa del ecologismo como si se tratara de una enfermedad, así sucede con los términos *ecopandemia* (‘furor por la ecológico’), *ecolocura*, *ecohisterismo* o *ecohisteria*. En (26) se relaciona la *eco-histeria* con otras etiquetas negativas como *ambientalistas radicales* o *eco-extremistas*, personas que “intentan manipular y controlar al público a través del miedo infundado”. El artículo subraya que estos términos se usan en periódicos y sitios web conservadores como estrategia para desacreditar a los activistas que amenazan sus fuentes de riqueza:

(26) “Eco-histeria”: Un arma contra los movimientos medio ambientales

<https://www.entremundos.org/revista/medio-ambiente/eco-histeria-un-arma-contra-los-movimientos-medio-ambientales/>

(27) Eco-histerismo global

https://www.abc.es/opinion/abci-histerismo-global-200702170300-1631525497605_noticia.html

(28) La ‘ecolocura’ ahoga a los agricultores

<https://www.diariosur.es/malaga/ecolocura-ahoga-agricultores-20240211010533-nt.html>

De igual modo, quienes defienden el ecologismo también descalifican a quienes se oponen a él, o son abiertamente negacionistas, con neologismos relacionados con la salud mental. En este sentido hemos registrado *eco-psicópatas*, *eco-psicopatía* ('falta de empatía, conexión o sentido de responsabilidad hacia el mundo natural, lo que resulta en su abuso y explotación') y *ecofobia*, este último usado en (29) como 'aversión a lo ecológico, a los ecologistas, al medio ambiente o a la naturaleza' (siguiendo la primera acepción de *fobia*- en DLE: 'aversión exagerada a alguien o a algo'):

(29) ¿Verificación responsable? «Es evidente la ecofobia del gobernador Alfaro»: Miguel Magaña Virgen
<https://concienciapublica.com.mx/entrevistas/verificacion-responsable-es-evidente-la-ecofobia-del-gobernador-alfaro-miguel-magana-virgen/>

(30) La eco-psicopatía: un trastorno habitual pero nada natural
<https://news.soliclima.com/noticias/articulos/la-eco-psicopatia-un-trastorno-habitual-pero-nada-natural>

El siguiente titular denuncia el falso ecologismo a través del término irónico *ecoligitis*, que –aunque no se ha formado mediante acortamiento–, guarda relación con el sentido de enfermedad, pues se ha creado con el sufijo culto *-itis* ('inflamación'), que, en la actualidad, ha adquirido un sentido metafórico para referirse a actitudes o comportamientos exagerados que poseen un carácter habitual, por lo que se conceptualizan como enfermedades ficticias (Julià Luna 2012; Molina Salinas 2012):

(31) Ecologismo y ecoligitis
<https://www.nevasport.com/noticias/art/22622/Ecologismo-y-ecoligitis/>

En cuanto al campo semántico de la manipulación, destacan los neologismos tendenciosos que cuestionan el sinsentido o la hipocresía del discurso ecológico que sostienen las empresas, la clase política, etc., que utilizan la ecología como pretexto para sus fines económicos o ideológicos. Los más repetidos en este sentido son *ecoimpostura* y, la forma más coloquial, *ecopostureo*. Como señala la Fundéu, resultan alternativas válidas a la voz inglesa *greenwashing*³, un acrónimo inglés formado por *green* ('verde') y *whitewashing* (encubrimiento o 'lavado de imagen'), que "alude a cierta estrategia de mercado que utilizan algunas empresas para aparentar ser más respetuosas con el medioambiente de lo

que en realidad son”⁴; también se utiliza *impostura verde*, *impostura ecológica* y *ecoblanqueo*; lo contrario al *greenwashing* es el *greenhushing* o *ecosilencio*, estrategia seguida por algunas empresas, las cuales evitan comunicar las medidas que toman para que su actividad sea ecológica o sostenible; como indica la Fundéu, las razones pueden ser diversas, como “la posibilidad de no conseguir los objetivos que se han propuesto, el temor de que se les acuse de *ecopostureo* o, incluso, no considerar este asunto verdaderamente relevante:

(32) Un paso más frente a la ‘ecoimpostura’ (greenwashing) en la Unión Europea
<https://www.aenverde.es/un-paso-mas-frente-a-la-ecoimpostura-greenwashing-en-la-union-europea/>

(33) El riesgo reputacional del ecopostureo
<https://hazrevista.org/opinion/2024/04/riesgo-reputacional-ecopostureo/>

(34) Greenwashing o ecoblanqueo: Qué es y cómo desenmascararlo
https://www.atelier309.es/greenwashing-o-ecoblanqueo-que-es-y-como-desenmascararlo/?srsltid=AfmBOoq1ZEBnjR53r5fxdw0tni3k7am_0FTRCKBtb8i7fmOOPNbCLFtt

Todo este tipo de prácticas supuestamente ecologistas son denunciadas en los titulares a través de neologismos que ponen de manifiesto la falsedad, entre ellos: *eco-manipulación*, *ecomentira*, *eco-engaño*, *ecotimo*, *ecoestafa*, *ecofraude*, *ecobulo/ecobulo*, *ecomito*, *ecologate* o *ecomafia*:

(35) El ECO-ENGAÑO en el sector de la construcción
<https://utzubar.com/el-eco-engano-en-el-sector-de-la-construccion/>

(36) La ecoestafa de los productos ecológicos que no lo son, al descubierto: fruta y verdura a precios desorbitados
https://elcaso.elnacional.cat/es/noticias/ecoestafa-productos-ecologicos-no-son-descubierto-fruta-verdura-normales-precios-desorbitados_1284960102.html

(37) Eco-fraude cosmético: qué es y cómo identificarlo
<https://www.expansion.com/fueradeserie/cuerpo/2022/09/18/62f614d1468aeb5b5a8b459e.html>

(38) La gestión de residuos en otros países: de la ‘ecomafia’ italiana al afán de plástico en el Reino Unido
<https://www.rtve.es/noticias/20220331/gestion-residuos-otros-paises-ecomafia-italiana-obsesion-plastica-reino-unido/2326360.shtml>

(39) Víctor Resco, autor de ‘ecomitos’: “los bulos ecológicos agravan la crisis ambiental y se aprovechan de la buena voluntad de la gente”

<https://www.20minutos.es/noticia/5227770/0/entrevista-victor-resco-dios-ecomitos-bulos-ecologia-tesis-climatica-medio-ambiente/>

En ocasiones, estos neologismos se convierten en armas ideológicas que utilizan los negacionistas. En el siguiente texto el término *ecobulo* se aplica a la izquierda europea, denominada en el cuerpo de la noticia como “fanáticos de la Agenda 2030”, que, con sus “manipuladores argumentos” o “falacias manipuladoras”, intentan prohibir un herbicida:

(40) VOX vuelve a desmontar un ‘eco-bulo’

<https://www.mil21.es/noticia/8427/claves/vox-vuelve-a-desmontar-un-eco-bulo.html>

Enfocar el titular en torno a nociones de desviación y escándalo fortalece la emotividad y aumenta el interés en las noticias al presentarlas como llamativas y extraordinarias. Es lo que sucede con el neologismo tendencioso *ecolo-gate*, formado con la forma anglicada *-gate*⁵, muy productiva en la actualidad en la creación de neologismos que denuncian hechos bochornosos (Guerrero Salazar 2007, Méndez Santos 2011)⁶:

(41) «Ecolo-gate» de la semana: la foto del lobo actor

<https://www.productordesostenibilidad.es/2010/01/la-foto-del-lobo-y-la-naturaleza-sin-retoques/>

Léxico disfemístico

Dentro del léxico valorativo desempeña un papel fundamental el disfemismo. Este sirve de estrategia gancho en los titulares sensacionalistas que buscan llamar la atención del público para involucrarlo en la lectura del texto completo, creando un vínculo “mediante el guiño generado por la irreverencia y el chiste mismo” (Nadal Palazón, 2024, p. 105).

En la muestra analizada, los neologismos en *eco-* con función disfemística se utilizan para la falacia *ad hominem*, a través de la cual se desacredita a algún personaje público en particular o a los ecologistas en general, como hemos visto en (18) y (19). De este modo, hemos registrado disfemismos como *ecoidiota*, *ecoimbécil*, *ecocretino*, *eco-majadero*, *eco-pijo*, *eco-hipócrita*, *ecoestafador*, *ecolonazi/econazi*, *ecoloterrorista/ecoterrorista*, *ecolojeta/ecojeta*:

(42) ‘Eco-majaderos’. Vandalizan la casa de Messi en Ibiza y dicen que son gente: “muy preocupada por la crisis climática” ¡Toma ya!

https://www.hispanidad.com/opinion/eco-majaderos-vandalizan-casa-messi-en-ibiza-dicen-son-gente-muy-preocupada-por-crisis-climatica-toma-ya_12053055_102.html

- (43) “Ribó eco-pijo”: La pancarta que ha sonrojado al alcalde en un acto
<https://www.esdiario.com/comunidad-valenciana/valencia/230224/111101/ribo-eco-pijo-frente-obrero.html>

La defensa del medioambiente se convierte en una estrategia política de descrédito del oponente político. Algunos de los neologismos disfemísticos se registran también con la forma *ecolo-* (*ecolonazi/econazi, ecoloterrorista/ecoterrorista, ecolojeta/ecojeta*). En los dos titulares siguientes, se critica, mediante el adjetivo burlesco *ecolo-jeta* al presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez (apodado *Fray Perico*). En (44) la función satírica se subraya por la rima burlesca y en (45) por el juego paronomásico entre *ecolo-jeta* y *parado-jeta*:

- (44) Del Falcon a la bicicleta... Fray Perico se nos hizo ‘ecolo-jeta’
<https://lapaseata.net/2024/09/15/del-falcon-a-la-bicicleta-fray-perico-se-nos-hizo-ecolo-jeta/>
- (45) El “halcón” de la Pichona y el Falcon, de ecolo-jeta volante a parado-jeta “demócrata” y cinéfilo
<https://lapaseata.net/2024/09/24/el-halcon-de-la-pichona/>

La activista Greta Thunberg es una de las defensoras del medioambiente más reconocidas y también una de las más criticadas, sobre todo desde las posturas negacionistas y desde los diarios más conservadores, como se puede observar en los ejemplos. En (46) se la apoda *ecojeta* y en (47), *ecolojeta*; a través de estos neologismos se pone de manifiesto que sus acciones contradicen sus discursos ecologistas:

- (46) La ‘ecojeta’ Greta Thunberg borra un tuit de 2018 donde predecía «el fin de la humanidad para 2023»
<https://okdiario.com/internacional/ecojeta-greta-thunberg-borra-tuit-2018-donde-predecia-que-fin-humanidad-2023-10581363>
- (47) ¿Por qué han detenido a la ‘ecolojeta’ Greta Thunberg?
https://edatv.news/actualidad/por-que-han-detenido-ecolojeta-greta-thunberg#google_vignette

La forma *ecolojeta* convive también con *ecologeta*, producto de la confusión ortográfica entre las palabras homónimas *jeta* ('caradura') y *geta* (gentilicio de un pueblo escita situado al este de Dacia). En los siguientes titulares tendenciosos la credibilidad de los ecologistas queda cuestionada, además de por el neologismo, por el esquema interrogativo empleado, que se utiliza constantemente como estrategia de provocación en los titulares claramente ideológicos, como detallaremos más adelante:

(48) ¿'Ecologeta' de libro? El enredado viaje en coche eléctrico de la secretaria de Energía de EEUU [sic]

https://www.elconfidencial.com/motor/nueva-movilidad/2023-09-14/energia-granholm-viaje-coche-electrico-cargador-recarga_3734357/

(49) «¿Dónde están los 'ecologetas salvadores' del planeta?»

<https://www.asajacyl.com/salamanca/asaja-salamanca-informa/la-opinion-del-presidente/donde-estan-los-ecologetas-salvadores-del-planeta>

Relacionados con el falso ecologismo, hemos registrado *ecoestafadores* (50) y *eco-hipócritas*, que en (51) se emplea como insulto (sinónimo de *farsante*) hacia Leonardo DiCaprio, cuyas acciones no son consecuentes con el ecologismo que defiende. En (51) el insulto se refiere a DiCaprio, a Greta Thunberg y a los duques de Susset, quienes, al mismo tiempo que predicán el ecologismo, realizan acciones altamente contaminantes para el planeta:

(50) Toda una conspiración de ecoestafadores

https://elcaso.elnacional.cat/es/noticias/ecoestafa-productos-ecologicos-no-son-descubierto-fruta-verdura-normales-precios-desorbitados_1284960102.html

(51) 'Eco-Hipócrita', la etiqueta que hizo estallar a Leonardo DiCaprio: ¿héroe o farsante?

<https://okdiario.com/sociedad/eco-hipocrita-etiqueta-que-hizo-estallar-leonardo-dicaprio-heroe-o-farsante-11211857>

(52) «Eco-hipócritas»: todo lo que realmente debe hacer para salvar el planeta

<https://www.larazon.es/sociedad/eco-hipocritas-todo-lo-que-realmente-debe-hacer-para-salvar-el-planeta-PI24689622/>

Hemos comprobado cómo adoptar el sarcasmo desde una posición de superioridad y manifestar una postura descortés son rasgos identitarios de oposición ideológica y tiene que ver con la imagen que quiere proyectar el periódico. En este sentido, como se aprecia en los ejemplos, son los diarios más

conservadores los que más cobertura dan a los hechos más polémicos y los que más abusan de los difemismos, tanto en titulares informativos como de opinión –si bien, abundan más en estos últimos–, presentando enunciados intensificados que llevan asociados juicios de valor que revelan abiertamente el posicionamiento ideológico.

Léxico apocalíptico

Dentro del léxico valorativo, destaca, especialmente, el apocalíptico, que proporciona un cariz emocional a los discursos sobre el clima (Stoknes 2014), donde se presenta el planeta y el medio ambiente asociados a la catástrofe y al borde del colapso medioambiental. Estos mensajes emocionales que inciden en que el futuro está en riesgo son de gran calado en la comunidad mediática (Reyes Carrasco 2020). Entre los neologismos hiperbólicos en *eco-* que hacen referencia a un futuro apocalíptico destacan *ecodesastre*, *ecocrisis*, *eco-alerta*, *ecoalarmismo*, *ecoalarmista*, *ecocatástrofe*, *ecodaño*, *ecomuerte*, *ecosuicidio*, *ecogenocidio*, *ecoguerra*...:

(53) Eco-alerta: ¿por qué se están muriendo los falsos mejillones gigantes del Mediterráneo?

https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/nacras-mejillones-gigantes-mediterraneo_18_2483250185.html

El impacto de estos neologismos se refuerza aún más cuando se acompaña de léxico valorativo –*fatalismo exagerado* en (54) y *peligro* en (55)– o metáforas hiperbólicas –*la extinción por goteo* en (56) y *bombas ecotóxicas* referido a las colillas en (57)–. Estas metáforas no solo contribuyen al discurso apocalíptico que favorece la alarma social en torno al medioambiente, sino que, como señala Nadal Palazón (2024, p. 104), despiertan la curiosidad y producen una conexión emocional con el público lector por el tono emotivo, persuasivo o dramático que generan:

(54) Paneles solares, ¿ecodesastre o fatalismo exagerado?

<https://www.andinalinksmartcities.com/paneles-solares-ecodesastre-o-fatalismo-exagerado/>

(55) El peligro de un eco-suicidio planetario como problema estratégico central de la Izquierda

<https://vientosur.info/el-peligro-de-un-eco-suicidio-planetario-como-problema-estrategico-central-de/>

(56) Ecogenocidio: la extinción por goteo

<https://kaosenlared.net/ecogenocidio-la-extincion-por-goteo/>

(57) Colillas, bombas ecotóxicas: jornadas de recogida en toda España en el #Colillatón

<https://www.informacion.es/medio-ambiente/2024/05/24/colillas-bombas-ecotoxicas-jornadas-recogida-102828190.html>

Los dos siguientes titulares, de diarios conservadores, ponen en duda el alarmismo que provocan los ecologistas. En (58) el mecanismo paródico se produce mediante una asociación inesperada: la referencia a Rappel, un famoso vidente. Se trata de una estrategia de desautorización a través de la cual se cuestiona la científicidad de las investigaciones ecologistas que, como se indica en el artículo, están “producidas por la paraciencia, con informaciones parciales adaptadas a lo que esté de moda en esos momentos y con un toque ‘naif’ en sus predicciones catastrofistas para consumo de los menos informados”; según el artículo, “esos grupos activistas antisistema han solicitado los servicios de Rappel para intentar acertar alguna vez en sus catastrofistas predicciones”:

(58) El ecoalarmismo consultará a Rappel

<https://www.abc.es/local-canarias/20150301/abci-canarias-fracking-moratoria-201503011502.html>

El siguiente titular está introducido por una metáfora hiperbólica (*aquelarre ecoalarmista*), que relaciona el ecologismo con lo demoníaco a través del sustantivo *aquelarre* (‘Junta o reunión nocturna de brujos y brujas, con la supuesta intervención del demonio ordinariamente en figura de macho cabrío, para sus prácticas mágicas o supersticiosas’, DLE):

(59) Aquelarre ecoalarmista en París

<https://www.libertaddigital.com/opinion/2015-12-01/editorial-aquelarre-ecoalarmista-en-paris-6429656/>

En ocasiones, el carácter alarmista no proviene tanto del neologismo como de las palabras que lo rodean, como el adjetivo *inquietante* relacionado a *ecoexpecticismo* en (60) y la metáfora bélica *arma de doble filo* referida en (61) al neologismo *ecopopulismo* (definido en el artículo como “la cooptación del tema ambiental por parte de la demagogia, sin considerar sus complejidades, que son del dominio de las ciencias naturales y sociales”):

(60) El inquietante avance del ecoescepticismo

<https://blogs.lavanguardia.com/ecogallego/2015/03/25/el-inquietante-avance-del-ecoescepticismo-72601/>

(61) Ecopopulismo, un arma de doble filo

<https://cambiocolombia.com/articulo/medio-ambiente/ecopopulismo-un-arma-de-doble-filo>

De igual modo, el sustantivo *supremacismo* y la hipérbole *plaga que hay que exterminar* son los elementos contextuales que activan las connotaciones negativas y apocalípticas del neologismo *ecoanimalista*, connotaciones que no posee el término en sí mismo:

(62) Supremacismo ecoanimalista: los humanos vistos como una plaga que hay que exterminar

<https://panampost.com/raul-tortolero/2022/07/05/supremacismo-ecoanimalista-seres-humanos-plaga/>

Selección de contenidos llamativos

Otro rasgo de los titulares *clickbait* es la selección de contenidos llamativos que realizan. En la muestra analizada destacan los titulares que seleccionan citas textuales provocativas dichas por políticos (o instituciones) a favor o en contra del ecologismo, que sirven para situar a las personas ideológicamente. Estos titulares se caracterizan por utilizar un léxico altamente valorativo, muchas veces concentrado en el propio neologismo en *eco-*, como sucede en los siguientes titulares con *ecogenocidio*, *ecolo-terroristas* y *eco fundamentalismo*:

(63) Advertencia de ambientalistas: “Si se insiste con el RIGI vamos hacia el ecogenocidio”

<https://www.lagaceta.com.ar/nota/1052137/economia/advertencia-ambientalistas-si-se-insiste-rigi-vamos-hacia-ecogenocidio.html>

(64) José Luis Aguirre (VOX): “España debe defender a sus productores frente a los ecolo-terroristas”

<https://www.voxespana.es/noticias/jose-luis-aguirre-vox-espana-debe-defender-a-sus-productores-frente-a-los-ecolo-terroristas-20220310?provincia=valencia>

(65) Sanz Vitorio: “Subir el nivel de protección del lobo es una medida política amparada en el eco fundamentalismo radical”

<https://www.pp.es/actualidad-noticia/sanz-vitorio-subir-nivel-proteccion-lobo-es-una-medida-politica-amparada-eco>

Destacan los titulares que relacionan el neologismo en *eco-* con contenidos inesperados, como es el caso de Angelina Jolie y *ecomillonario* en (66) o *burro Galileo* con *eco-proyecto* en (67):

(66) Angelina Jolie despediría la soltería con un ecomillonario

<https://urgente24.com/ocio/angelina-jolie-despediria-la-solteria-un-ecomillonario-n553180>

(67) El burro Galileo se convierte en el líder de un eco-proyecto femenino

<https://huelvabuenasnoticias.com/2022/02/11/el-burro-galileo-se-convierte-en-el-lider-de-un-eco-proyecto-femenino/>

Cuanto menos transparente es el neologismo, más intrigante resulta, como sucede con *ecotaje* (en inglés *ecotage*), formado mediante un cruce léxico entre los términos *ecología* y *sabotaje*; solo leyendo el texto completo sabremos que el término hace referencia a los actos de vandalismo y de violencia hechos en nombre de los movimientos conservacionistas:

(68) El “ecotage”, una nueva forma de protesta

https://elpais.com/diario/1977/02/15/sociedad/224809210_850215.html

Igual sucede con los neologismos formados sobre bases léxicas foráneas, lo cual es bastante común en el discurso ecologista (Giménez Folqués 2025), como ocurre con el término *ecoHacker*, que activa, simultáneamente, dos de los sentidos posibles de *eco-*, el procedente del acortamiento de *ecología* y el de *economía*:

(69) Así son los ‘ecoHackers’: pirateando la economía en positivo

https://www.elconfidencial.com/medioambiente/2021-03-29/nesi-global-forum-ecohackers_3008404/

Por otra parte, resultan muy provocativos los neologismos en *eco-* relacionados con temas morbosos, como pueden ser la muerte o la sexualidad. De este campo semántico hemos consignado *ecosex*, *ecosexo*, *ecosexual*, *eco-pornografía*, *ecolover* y *ecoamante*. Los titulares construidos con estos neologismos recurren a verbos (*seducir*, *amar*, *hacer el amor*, *tener sexo*, *obtener placer*, *disfrutar*) y a sustantivos (*prácticas ‘hot’*, *furor*, *fetichistas*, *amante*, *cama*) relacionados con las prácticas sexuales, que resultan muy atractivos como estrategia *clickbait*:

- (70) Shibari, ecosex, mindfulsex y otras prácticas ‘hot’ que son tendencia en el sexo
<https://www.elmundo.es/yodona/vida-saludable/2023/07/18/64ad41a6e9cf4a57378b4599.html>
- (71) Ecosexo: la extraña tendencia de seducir a la naturaleza
<https://www.infobae.com/tendencias/2016/11/11/ecosexo-la-extrana-tendencia-de-seducir-a-la-naturaleza/>
- (72) Ecosexo: cómo es la tendencia verde que llegó a la cama
https://www.clarin.com/entremujeres/pareja-y-sexo/sexo/imponer-ecosexo_0_ryZOUbUfg.html
- (73) Ecosexuales, cuando amar a la naturaleza implica tener sexo con ella
https://www.lespanol.com/social/20180405/ecosexuales-amar-naturaleza-implica-tener-sexo/297470466_0.html
- (74) Ecosexuales, los fetichistas que «hacen el amor» con la naturaleza: «La Tierra es nuestro amante»
https://www.eldebate.com/sociedad/20220829/ecosexuales-fetichistas-hacen-amor-naturaleza-tierra-nuestro-amante_56632.html
- (75) El furor de los “ecosexuales”: obtienen placer disfrutando de los elementos de la naturaleza
<https://www.ambito.com/informacion-general/amor/el-furor-los-ecosexuales-obtienen-placer-disfrutando-los-elementos-la-naturaleza-n5516563>
- (76) Eco-pornografía, concepto que revela una innegable realidad
<https://codexverde.cl/eco-pornografia-concepto-que-revela-una-innegable-realidad/>

Juegos de palabras y transgresión humorística

Los titulares sensacionalistas presentan la información de manera inesperada y poco convencional, haciendo gala, como indica Nadal Palazón (2024, p. 105), de un humor transgresor, como vimos en (44) y (45).

Una parte de los neologismos estilísticos registrados posee una clara función lúdica. Son producto de un uso intencional que persigue dar muestra de originalidad, funcionar de “gancho” para continuar la lectura y generar humor. Estos neologismos, en su mayoría son idiolécticos, efímeros, y necesitan para su análisis interpretativo de la motivación pragmática o extralingüística. Se insertan

en titulares creativos, como en el ejemplo (77), donde aparece el neologismo *ecólatra* ('defensor apasionado de todo lo relacionado con la ecología'), creado por analogía a *ególatra*, y *eco-palabros* (neologismo de carácter lúdico también registrado sin guion (*ecopalabro*):

(77) ¿Qué es un ecólatra y un envidrioso? Una divertida lista de eco-palabros
<https://elasombrario.publico.es/ecolatra-envidrioso-divertida-eco-palabros/>

El humor puede desencadenarse por la incorporación de elementos que desafían las expectativas del público y generan un efecto de sorpresa o desconcierto, por ejemplo, mediante la desautomatización del término esperado, como sucede con el adjetivo *eco-ilógico* en (78), cuya función es exclusivamente lúdica, mientras que en (79) es claramente tendenciosa, pues el adjetivo conforma por sí solo el titular de una columna de opinión donde se cuestiona el negocio de la agricultura ecológica en España:

(78) 'Greenpiss', un desmadre eco-ilógico, para reír y pensar
<https://familytime.lidianieto.com/greenpiss-un-desmadre-eco-ilogico/>

(79) Eco-ilógico
<https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20240719/9815187/eco-ilogico.html>

El efecto lúdico se consigue también cuando se activa el doble sentido de los términos, como sucede en (80) con el sintagma *mala leche* (que puede entenderse en su sentido literal referido al alimento o como expresión vulgar con el sentido de 'mala intención') o en (81), donde se juega con la doble lectura que permiten los corchetes:

(80) Ecotimo: ¿leche sostenible o mala leche?
https://elpais.com/elpais/2014/02/11/alterconsumismo/1392107807_139210.html

(81) [Eco]engaño [In]sostenible
<https://medium.com/@sebastiangarciamunasca/eco-eng%C3%B1a-in-sostenible-e0d6c0514f9b>

En ocasiones, es lo inesperado de la relación que se establece entre los términos dentro del titular lo que desencadena la transgresión, como sucede en (82) y (83), donde se hace mofa de la tragedia a través de los neologismos *eco-ataúd* y *ecofunerales*:

(82) Pandemia genera el 'Eco-ataúd'

<https://aldialogo.mx/mexico/2021/02/16/pandemia-genera-el-eco-ataud/>

- (83) Ecofunerales, o cómo dejar de contaminar después de muerto
<https://www.20minutos.es/noticia/1632558/0/ecofunerales/contaminar-funeral/muerto/>

Información incompleta, ambigua o inexacta

La ambigüedad deliberada es un rasgo de los titulares *clickbait*. Como señala Nadal Palazón (2024, p. 101), la falta de claridad en la redacción del titular contribuye a sembrar dudas. Dicha ambigüedad puede generarse mediante juegos de palabra, estructuras de frases confusas, elementos llamativos, léxico que denota intriga o metáforas incomprensibles, como sucede en el siguiente ejemplo con *montaña rusa*:

- (84) La montaña rusa de los consumidores “Eco-Activos”
<https://www.kantar.com/es/Inspiracion/Sostenibilidad/La-montana-rusa-de-los-consumidores-EcoActivos>

Una información incompleta, ambigua o indeterminada desde el punto de vista informativo genera misterio e impulsa a continuar la lectura completa del texto:

- (85) Sobre la tentación ecoautoritaria
<https://www.elmundo.es/opinion/2019/08/13/5d519b9d21efa0804e8b458f.html>

Como han señalado García Serrano, Romero-Rodríguez y Hernando Gómez (2019), otra forma de generar interés en la lectura es dar “un detalle, pincelada o curiosidad, de forma no noticiable, de una historia personal o biográfica, así como de un suceso reciente o histórico del que se intuye que se hablará en el interior”, como sucede en los siguientes titulares:

- (86) El ‘ecoguerrero’ que busca salvar la selva de Indonesia con su motosierra
https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-01-04/ecoguerrero-indonesia-salvar-selva-motosierra_1500870/

- (87) Los ‘eco-héroes’ que están cambiando nuestra relación con la naturaleza (y cómo seguir su ejemplo)
https://elpais.com/elpais/2019/10/28/icon/1572257764_812474.html

Otra estrategia del titular *clickbait* para generar suspense es prometer una lista de informaciones, consejos o recomendaciones relacionadas con el neologismo en *eco-*, las cuales pueden aparecer numeradas:

(88) 55 pequeñas cosas que puedes hacer si estás ecoagobiada

<https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a38744204/cosas-eco-gestos-sostenibles/>

En ocasiones, el listado queda implícito mediante sustantivos como *lista* (77), *decálogo*, *guía*, *mandamientos* (89), *consejos* (90), *eco-reflexiones* (91), *manual* (92), etc., los cuales anticipan la enumeración:

(89) Pedro Larumbe, los mandamientos del chef ‘ecolover’

https://www.vinoseleccion.com/blog/actualidad/pedro-larumbe-los-mandamientos-del-chef-ecolover/?srsltid=AfmBOorzhg4NIx_xNoIRSxCYFDLYLw8gQOrluBKyCj33W3G5U_auBAYd

(90) Consejos de una “ecomamá”: esenciales para recibir a tu bebé

<https://bio-cord.es/blog-celulas-madre/cuidados-esenciales-bebe-productos-ecologicos/>

(91) Eco-reflexiones: Frases impactantes para entender y combatir la crisis climática

<https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/eco-reflexiones-frases-impactantes-para-entender-y-combatir-la-crisis-climatica/>

(92) Manual para ecocépticos

<https://www.laverdad.es/murcia/rc/20140205/sociedad/mujerhoy-ecoescpticos-201402051313.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.laverdad.es%2Fmurcia%2Frc%2F20140205%2Fsociedad%2Fmujerhoy-ecoescpticos-201402051313.html>

El caso más extremo del titular *clickbait* es el que proporciona una información inexacta que luego no se corresponde con la realidad. Es lo que sucede en (93), que recurre a una hipérbole engañosa (*dejar de ducharse*), cuando la propuesta ecologista es otra, como reza en el titular (94) (*ducharse menos*):

(93) La última tendencia ecosensible: dejar de bañarse

<https://www.dw.com/es/la-%C3%BAultima-tendencia-ecosensible-dejar-de-ba%C3%B1arse/a-59655822>

(94) Ducharse menos: La nueva tendencia ecosensible

<https://www.elperiodico.com/es/extra/20221227/ducharse-nueva-tendencia-ecosensible-dv-80427984>

Principales esquemas sintácticos

Cuando el titular *clickbait* es unimembre y está formado exclusivamente por neologismos en *eco-*, la intriga se genera simplemente por la imprevisibilidad y el desconocimiento que generan los términos novedosos:

(95) Una ecopeluquería
<https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2019/09/30/ecopeluqueria/00031569856299774383508.htm>

(96) La ecopolítica
<https://www.nuevatribuna.es/articulo/sostenibilidad/analisis-antropologico-ecopolitica-psicologia-politica/20220911213134202676.html>

Sin embargo, la mayoría de los titulares presentan una estructura bimembre. Para fomentar la curiosidad, muchos de ellos utilizan la deixis, sobre todo mediante el adverbio *así*, recurso que invita a descubrir el resultado del tema propuesto en el titular y a clarificar el significado del neologismo. Estos titulares suelen separar los dos miembros mediante dos puntos, un recurso *clickbait* que, según Palau-Sampio (2016, p. 71), sirve “para establecer un vínculo entre las dos secuencias de lo que debería ser una oración compleja y generar un golpe de efecto”:

(97) Del ‘ecocomunismo’ de Rafa Hernando al primo de Rajoy: así se burlaba el PP del cambio climático
https://www.lasexta.com/programas/mas-vale-tarde/noticias/ecocomunismo-primo-rajoy-asi-burlaba-cambio-climatico_202108106112c7925e57db0001e562d1.html

(98) Nómadas digitales y vida eco-alternativa: así son las ‘escuelas-bosque’ de las nuevas élites
<https://www.lavanguardia.com/vivo/tendencias/20231118/9386224/nomadas-digitales-vida-eco-alternativa-asi-son-escuelas-bosque-nuevas-elites.html>

(99) Ecopolicias: así trabaja la nueva división de la fuerza provincial
<https://www.canal12misiones.com/noticias-de-misiones/policiales-2/ecopolicias>

Destacan los titulares bimembres que relacionan dos neologismos en *eco-*, principalmente a través de cuatro esquemas sintácticos. En primer lugar, el esquema copulativo, mediante el que se refuerza tanto la adición (neologismo + y + neologismo) como la negación (*ni* + neologismo + *ni* + neologismo):

- (100) Ni ecoansiosos ni ecoalfabetos
https://www.elespanol.com/opinion/columnas/20230426/ecoansiosos-ecoalfabetos/759054099_13.html

En segundo lugar, el esquema disyuntivo (neologismo + *o* + neologismo), que suele acompañarse de la forma interrogativa (ejs.124-127). El siguiente titular utiliza *y/o* (calco del inglés *and/or*) para subrayar que existe la posibilidad de elegir entre la suma o la alternativa de las dos opciones presentadas:

- (101) Ecotalibanes y/o ecoojetas
<https://leonsano.wordpress.com/2018/05/20/ecotalibanes-y-o-ecoojetas/>

En tercer lugar, el esquema *de* + neologismo + *a* + neologismo, que incide en la transición entre dos conceptos:

- (102) De eco-preocupados a eco-activistas
<https://www.jesuits.global/es/2024/08/09/de-eco-preocupados-a-eco-activistas/>
- (103) Del EcoParque al EcoFraude: la Ciudad mantendrá el Zoo y los animales seguirán presos
<https://www.tiempoar.com.ar/informacion-general/del-ecoparque-al-ecofraude-la-ciudad-mantendra-el-zoo-y-los-animales-seguiran-presos/>

En cuarto lugar, el esquema neologismo + *contra/versus/vs* + neologismo, que contrapone dos términos en *eco*-:

- (104) ECO-LOGICOS contra ECO-HISTERICOS [sic]
<https://industriasambientales.com/eco-logicos-contra-eco-histericos/>
- (105) Eco-optimismo «versus» eco-pesimismo
<https://blogs.lavozdegalicia.es/javiersanz/2011/04/03/eco-optimismo-versus-eco-pesimismo/>
- (106) Ecosocialismo vs. Ecoanarquismo: Explorando la Vía Más Sencilla
<https://aplaneta.org/2021/08/29/ecosocialismo-vs-ecoanarquismo-explorando-la-via-mas-sencilla/>

Apelación e interrogación

Los titulares gancho utilizan, con frecuencia, expresiones apelativas con las que se dirigen directamente al lector solicitando que realice una acción, normalmente

que lea la información siguiente. Destaca el uso de la segunda persona del modo imperativo:

- (107) Conoce la definición de Ecodelito
<https://blog.energygo.es/glosario/definicion-ecodelito/>
- (108) “Escuche a la ciencia y evite el ecotimo al pagar y al comer”
<https://www.lavanguardia.com/lacontra/20140125/54400491747/la-contra-j-m-mulet.html>
- (109) ‘No mires adelante’: colapso y ecoguerra de las élites contra el pueblo
<https://www.lamarea.com/2022/02/09/no-mires-adelante-colapso-ecoguerra-elites-contra-pueblo/>

Mediante el uso de la primera persona del plural del imperativo, la complicidad entre el medio y su público es máxima, ya que ambos quedan implicados en el “nosotros”, que se activa sin dejar elección al interlocutor:

- (110) Olvidemos al ecomodernismo
<https://jacobinlat.com/2024/03/olvidemos-al-ecomodernismo/>
- (111) Toca impulsar una transición que integre democracia y sostenibilidad: ecocracia. ¿Nos declaramos ecócratas?
<https://seo.org/de-la-democracia-a-la-ecocracia/>

En el siguiente titular, además de recurrir a la deixis (*así*), se apela directamente al lector, que queda implicado mediante el verbo en segunda persona (*tengas*):

- (112) El mensaje de la ecoficción: así consigue el cine que tengas conciencia ecológica
<https://www.yorokobu.es/el-mensaje-de-la-ecoficcion-asi-consigue-el-cine-que-tengas-conciencia-ecologica/>

Los titulares en forma de preguntas se vuelven apelativos en cuanto que generan intriga, despiertan curiosidad e incitan a buscar respuestas en el cuerpo de texto, pues conllevan una promesa implícita que se resolverá si se continúa con la lectura. En ocasiones animan a escoger entre varias alternativas:

- (113) ¿Eres un «eco-consciente», un «LOHAS», un «ego sano» o un «loco del fitness»?
https://www.abc.es/bienestar/alimentacion/abci-tipos-consumidor-saludable-eres-eco-consciente-lohas-sano-o-loco-fitness-201910091353_noticia.html

Los titulares interrogativos más numerosos son los que presentan la estructura *qué* + neologismo, que apela directamente a desentrañar el significado de la nueva palabra:

- (114) ¿Qué es el ecofascismo?
<https://elordenmundial.com/que-es-ecofascismo/>
- (115) ¿Qué es el eco-populismo?
<https://ethic.es/2022/09/que-es-el-eco-populismo/>
- (116) ¿Qué es el Eco-extremismo?: Análisis de “Individualistas Tendiendo a lo Salvaje”
<https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/chile/2017/01/18/que-es-el-eco-extremismo-analisis-de-individualistas-tendiendo-a-lo-salvaje.shtml>
- (117) Ecología Queer | ¿Qué es el movimiento Eco-Queer?
<https://luxiders.com/es/ecologia-queer-que-es-el-movimiento-eco-queer-2/>

Las interrogativas causales animan a continuar la lectura para conocer las razones que nos van a convencer de aquello que promueve el neologismo en *eco*-:

- (118) Por qué ecodiseñar
<https://www.ekohunters.com/es/por-que-ecodisenar/?srsltid=AfmBOodmyn66d73xjMEbtOpSRdPiQSI-xzXsXi0fMxVcINBxz37vXOj>
- (119) Por qué necesitamos una eco-revolución
<https://www.sinpermiso.info/textos/por-qu-necesitamos-una-eco-revolucin>

A través de las interrogativas modales el titular nos anuncia que la información del texto nos va a resolver el modo en el que proceder para ser o no ser lo que indica el neologismo –*ecohackers* en (120), *ecomadre* en (121) y *ecoanalfabeto* en (122)–:

- (120) Cómo ‘hackear’ la economía en positivo: la hora de los ‘ecohackers’
<https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/medio-ambiente/2021/05/25/60abc04e21efa087628b4652.html>
- (121) Nueva moda entre las chicas cool: cómo ser una “ecomadre”
<https://noticias.perfil.com/noticias/informacion-general/2017-04-30-nueva-moda-entre-las-chicas-cool-como-ser-una-ecomadre.phtml>
- (122) Cómo hacer que los peques dejen de ser ‘ecoanalfabetos’ y conecten con la naturaleza

<https://www.elcorreo.com/familias-bbk-family/peques-dejen-ecoanalfabetos-20200522115236-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.elcorreo.com%2Ffamilias-bbk-family%2Fpeques-dejen-ecoanalfabetos-20200522115236-nt.html>

Es usual reunir en un mismo titular varios interrogantes relacionados con el neologismo:

- (123) Qué es la ecolculpa y por qué puede hacer que inviertas en la moda equivocada
<https://www.glamour.es/articulos/que-es-la-ecoculpa>

Abundan los titulares interrogativos que nos apelan a escoger uno de los dos neologismos en *eco-* que se nos presentan como opción disyuntiva:

- (124) ¿Ecocidios o ecodesarrollo?
<https://www.lavanguardia.com/natural/20230626/9066283/ecicidios-ecodesarrollo.html>
- (125) ¿Ecofascismo o ecocapitalismo?
<https://periodicolaesperanza.com/archivos/14875>

Destaca el titular bímembre que, en primer lugar, aporta el neologismo y, a continuación, plantea una interrogación disyuntiva sobre él, obligando a escoger entre las dos opciones propuestas:

- (126) Ecomentiras: ¿Qué contamina más, una botella de vidrio o una de plástico?
<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/redecos/2008/11/17/ecomentiras-que-contamina-mas-una-botella-de-vidrio-o-una-de-plastico/>
- (127) Ecoambientalismo en la Era Milei: ¿Globalizado o popular?
<https://www.eldestapeweb.com/opinion/medio-ambiente/ecoambientalismo-en-la-era-milei-globalizado-o-popular--20241214123115>

Como señala Nadal Palazón (2024, p. 100), muchos de estos titulares interrogativos sugieren “una narrativa emocionante o controvertida detrás de la pregunta planteada”:

- (128) ¿Y si hubiera una Ecoguerra?
<https://www.yorokobu.es/y-si-hubiera-una-ecoguerra/>

En ocasiones, suponen una toma de postura por parte del periodista que, mediante la interrogación, pone en duda lo que implica el neologismo haciendo partícipe a su público lector de su cuestionamiento:

- (129) ¿Es la ecodictadura la respuesta?
<https://voxeurop.eu/es/es-la-ecodictadura-la-respuesta-3/>
- (130) ¿Ecoviajes? Analizan su impacto ambiental en proyecto internacional
<https://conecta.tec.mx/es/noticias/guadalajara/educacion/ecoviajes-analizan-su-impacto-ambiental-en-proyecto-internacional>

Uso intencional de los signos ortográficos

Los signos ortográficos se utilizan también como un recurso *clickbait* (las comillas en sí mismas ya suponen una llamada de atención). El uso de los dos puntos (ejs. 97-99) o las comas que sustituyen al verbo elidido favorecen la nominalización (131), lo que contrasta con los titulares informativos, ya que no incluyen ninguna acción en el tema del que se habla (Palau-Sampio 2016, p. 74):

- (131) Ecoterrorismo, un nuevo peligro ambiental
<https://ethic.es/2023/02/ecoterrorismo-un-nuevo-peligro-ambiental/>

Los puntos suspensivos sirven para generar suspense e incitan a completar la información que falta con la lectura del texto:

- (132) El EcoCretino no descansa...
<https://www.mallorcadiario.com/el-ecocretino-no-descansa-jorge-llopis>

Los paréntesis se utilizan para añadir una información mediante la que reforzar la complicidad (16), los corchetes para realizar juegos que activan dobles lecturas (81) y las exclamaciones para dotar de énfasis el titular (42 y 133):

- (133) ¡Transformar tu ecoansiedad en ecooptimismo!
<https://www.lafuma.com/es/blog/transformer-eco-anxiete-en-eco-optimisme?srsltid=AfmBOoqSz8Ez9CYupl5VnxlHWP5IDtzQukd6Wb9Gb6OO NsvdRUbhM5bz>

Conclusiones

El análisis cualitativo realizado nos ha permitido detectar las estrategias léxico-discursivas empleadas en los titulares analizados, caracterizados por poseer

neologismos con el formante *eco-* relacionados con el ecologismo y el medioambiente, y comprobar que coinciden con las estrategias de los titulares gancho o *clickbait*, pues favorecen la creación de emociones, promueven aspectos irónicos, lúdicos, ideológicos o tendenciosos y poseen un enfoque sensacionalista que fomenta la curiosidad más que la información.

Como indican Kilgo, Harlow, García-Perdomo y Salaverría (2018), estos titulares se centran en circunstancias extremas, simplifican o trivializan asuntos complejos o focalizan los aspectos más llamativos. Sin duda, el modo selectivo en el que transmiten la información sobre el medioambiente no solo configura la posición ideológica del medio, sino que contribuye a crear una opinión pública sesgada.

El rasgo más destacado de los titulares analizados es el léxico valorativo. En unos casos, es el propio neologismo en *eco-* el que aporta este sesgo, ya sea sensacionalista, humorístico, irónico o ideológico, pero, en otras ocasiones, son los cotextos discursivos y las coordenadas de enunciación del titular en el que se inserta. Otros rasgos de estos titulares gancho son la selección de contenidos llamativos, la información incompleta, ambigua o inexacta, los juegos de palabras, la transgresión humorística y el uso intencional de la apelación, la interrogación, de los diversos esquemas sintácticos y de los signos ortográficos.

En cuanto a la función del neologismo en *eco-*, hemos advertido en los titulares analizados cómo activa marcos de interpretación tanto en lo referente a campos semánticos específicos como a las intenciones comunicativas que pretende, altamente ligadas a lo emocional. El neologismo se convierte así en una pieza clave tanto del titular informativo como del de opinión; por un lado, aporta la ventaja de la economía lingüística que exige el titular y despierta curiosidad por la novedad léxica; por otro, expresa el posicionamiento ideológico a favor o en contra del ecologismo, manifestando las tensiones entre ambas posturas; en este sentido, se utiliza como una herramienta de legitimación o de deslegitimación, ya que permite a quienes escriben en contra del cambio climático y de las políticas ecológicas presentarse como un “yo” racional frente al “otro”, construido como irracional, exagerado o absurdo, o viceversa.

De los neologismos analizados, el 34 % son de valoración positiva y se introducen en titulares a favor del ecologismo, mientras que el 36 % son de valoración negativa y están relacionados, fundamentalmente con cinco campos semánticos: movimientos e ideologías extremas, salud mental, manipulación, guerra y muerte. La mayoría son claramente tendenciosos y se utilizan para interpretar y juzgar de manera subjetiva e intencionada las actuaciones y discursos ecologistas. Dentro de los neologismos tendenciosos destaca el léxico

disfemístico –empleado, sobre todo, para la falacia *ad hominem* en contra de los defensores del ecologismo– y el léxico apocalíptico que hace hincapié en las consecuencias desastrosas y vaticina un futuro negativo.

Teniendo en cuenta que los titulares son las únicas secuencias leídas por gran parte de la población y que conforman un elemento imprescindible a la hora de modelar la opinión pública, cabría preguntarse si los titulares *clickbait* en torno al medioambiente y al ecologismo no están contribuyendo a fijar determinados imaginarios que no hacen sino fomentar la polarización ideológica entre quienes están a favor y quienes están en contra.

Notas

¹ Como explica el artículo: “[...] la solastalgia representa la angustia que se origina cuando un fenómeno ambiental modifica el entorno en el que vives. A diferencia de la nostalgia que sentimos cuando estamos lejos del hogar, la solastalgia significa la desolación de ver cómo tu contexto ha cambiado de pronto por un evento ambiental [...] la solastalgia fue acuñado por el filósofo Glenn Albrecht en el año 2003 durante la Conferencia de Ecosalud en Montreal”.

² Con la sigla DLE nos referimos a la edición en línea del diccionario académico (<https://www.rae.es/>).

³ Véase para *greenwashing* <https://www.fundeu.es/recomendacion/greenwashing-alternativas-validas-en-espanol/> y para *ecosilencio* y *greenhushing* <https://www.fundeu.es/recomendacion/ecosilencio-alternativa-a-greenhushing/>.

⁴ El término se popularizó en los años 80 gracias a un artículo que el ecologista Jay Westerveld publicó en 1986.

⁵ El *Gran diccionario de anglicismos* lo define como “Forma combinatoria que, a modo de sufijo, se añade a determinados nombres o denominaciones relacionados con un escándalo político. A partir de Watergate, nombre del hotel que sirvió de sede a una convención del partido republicano de Estados Unidos en 1972, con Richard Nixon de candidato, y que constituyó un sonoro escándalo político” (Rodríguez González 2017).

⁶ Con el elemento *gate-* se ha formado el neologismo *climagate* (*climategate* en inglés), referido al escándalo ocasionado por la filtración de documentos y piratería informática a la Climatic Research Unit (Unidad de Investigación Climática) de la Universidad de East Anglia (Norwich, Inglaterra) en 2009.

Referencias

- Alcibar, Miguel. (2022).** Medioambiente y estudios del discurso, en *Estudios del discurso / The Routledge Handbook of Spanish Language Discourse Studies* (pp. 287-301). Routledge.
- Bazaco, Ángela, Redondo, Marta y Sánchez-García, Pilar. (2019).** El clickbait como estrategia del periodismo viral: concepto y metodología. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 94-115. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1323>
- Becker, Lidia. (2019).** Glotopolítica del sexismo: Ideologemas de la argumentación de Ignacio Bosque y Concepción Company company contra el lenguaje inclusivo de género. *Theory Now. Journal of Literature, Critique, and Thought*, 2.2, 4-25. <http://dx.doi.org/10.30827/TNJ.v2i2.98274>
- Belli, Simone, Revilla Castro, Juan Carlos, Sánchez Díez, Sara y Gonzalo Puyod, Alejandro. (2022).** Marcos discursivos de un movimiento ecologista emergente y su impacto virtual. *Revista Española de Sociología*, 31 (2), a100. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.100>
- Blanco Castilla, Elena, Quesada, Montse y Teruel, Laura. (2013).** Entre Kioto y Durban. Posición editorial de los medios de referencia ante el cambio climático. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 420-435. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-983>
- Blom, Jonas N. y Hansen, Kenneth R. (2015).** Clickbait: forward reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics* 76 (3), 87-100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
- Boykoff, Maxwell T. (2009).** El caso del cambio climático. Los medios y la comunicación científica. *Infoamérica*, 1, 117-127. https://www.infoamerica.org/icr/n01/infoamerica01_boykoff.pdf
- Bravo Araujo, Andrea, Serrano-Puche, Javier y Novoa Jaso, M.^a Fernanda. (2021).** Uso del clickbait en los medios nativos digitales españoles. Un análisis de El Confidencial, El Español, eldiario.es y OK Diario. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 7, 185-210. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i7.184>
- Cabeza San Deogracias, José y Gómez García, Salvador. (2012).** El diseño de la realidad televisiva en el documental de naturaleza: *El Hombre y la Tierra. Serie Venezolana* (Félix Rodríguez de la Fuente,1974). *Estudios sobre el*

Mensaje Periodístico, 18(1), 275-291.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39370

Callejo Gallego, Javier. (2021). El discurso ausente: el caso del cambio climático. *Papers*, 106/2, 279-301 <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2802>

Casado Velarde, Manuel. (1999). Otros procedimientos morfológicos: acortamientos, formación de siglas y acrónimos, en Ignacio Bosque y Violeta de Demonte (dirs.). *Gramática descriptiva del español* (pp. 5075-5096). Espasa Calpe, vol. III.

Castillo Benítez, Bibiana Ruby. (2020). El tratamiento lexicográfico de elementos cultos. *Terminàlia* (22), 7-18.
<https://doi.org/10.2436/20.2503.01.152>

Castillo Benítez, Bibiana Ruby y Adelstein, Andreína. (2019). Formación de nombres con elementos cultos: problemas de delimitación, en Dora Riestra y Nora Múgica (eds.). *Estudios SAEL 2019* (pp. 23-42). Universidad Nacional del Sur, Sociedad Argentina de Estudios Lingüísticos.

Della Porta, Donatella y Parks, Louisa. (2014). Framing processes in the climate movement: From climate change to climate justice, en Matthias Dietz, y Heiko Garrets (eds.). *Routledge Handbook of the Climate Change Movement* (pp.19-30). Routledge.

Díaz Nosty, Bernardo. (2015). La banalización del periodismo. *Cuadernos de periodistas: Revista de la Asociación de Prensa de Madrid*, 31, 9-17.
<https://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-banalizacion-del-periodismo/>

Díaz-Pérez, Silvia, Soler-i-Martí, Roger y Ferrer Fons, Mariona. (2021). Del mito global a la movilización local: Creación y resonancia del marco Greta Thunberg. *Comunicar*, 68, 11-29. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-03>

Doulton, Hugh y Brown, Katrina. (2009). Ten Years to Prevent Catastrophe? Discourses of Climate Change and International Development in the UK Press. *Global Environmental Change*, 19 (2), 191-202.
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2008.10.004>

Espejel Gómez, Lucía & Hidalgo Toledo, Jorge Alberto. (2020). Discursos de Greta Thunberg: Análisis de contenido y su impacto en YouTube. *Sintaxis*, 1(5), 46-61. <https://doi.org/10.36105/stx.2020n5.03>

Estornell Pons, María. (2016). Del turismo 'ecológico' al 'ecoturismo': Análisis de las unidades léxicas de un turismo emergente. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 67, 110-135. <https://doi.org/10.5209/CLAC.53480>

Fernández-Reyes, Rogelio (dir.) y Mancinas-Chávez, Rosalva. (coord.) (2013). *Medios de comunicación y cambio climático*. Fénix Editora. <https://idus.us.es/items/04cc5c71-5e61-43db-ba62-5644aba1a81c>

Fernández-Reyes, Rogelio (coord.), Díaz-Beyá, Carmen y Heras Hernández, Francisco. (2020). *Aproximación a la comunicación climática con audiencia conservadora en España*. ECODES. https://ecodes.org/images/que-hacemos/01.Cambio_Climatico/Movilizacion_accion/Medios_Comunicacion_CC/Aproximacion_comunicacion_climatica_audiencia_centro_y_derecha.pdf.pdf

Fernández-Reyes, Rogelio (coord.), Díaz-Beyá, Carmen y Heras Hernández, Francisco. (2021). *Aproximación a la comunicación climática con audiencia progresista en España*. ECODES. https://ecodes.org/images/que-hacemos/01.Cambio_Climatico/Movilizacion_accion/Medios_Comunicacion_CC/Aproximaci%C3%B3n_a_la_comunicaci%C3%B3n_clim%C3%A1tica_con_audiencia_progresista.pdf

Fernández-Reyes, Rogelio (coord.) y Heras Hernández, Francisco. (2022). *Análisis del discurso climático sobre lo que une a las diferentes audiencias*. ECODES. https://ecodes.org/images/que-hacemos/MITERD_2021/Informes/12052022An%C3%A1lisis_del_discurso_sobre_lo_que_une_en_los_espectros_conservador_y_progresista.pdf

Fill, Alwin y Penz, Hermine. (eds.). (2018). *The Routledge Handbook of Ecolinguistics*, Routledge.

Forte, Diego L. (2020). Ecolingüística y la nueva lucha de clases contra la especie dominante. *Pensamiento al margen: revista digital sobre las ideas políticas*, 12, 90-102.

García Orosa, Berta, Gallur Santorun, Santiago y López García, Xosé. (2017). El uso del clickbait en cibermedios de los 28 países de la Unión Europea.

Revista Latina de Comunicación Social, 72, 1261-1277.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1218>

García Ruiz, Ascención. (2022). Ecocidio y éxodo climático. Revisión crítica desde la narrativa de la justicia penal y la criminología verde. *Revista de Derecho Penal y Criminología*, 28, 59-116.
<https://doi.org/10.5944/rdpc.28.2022.34157>

García Serrano, Jesús, Romero-Rodríguez, Luis M. y Hernando Gómez, Ángel. (2019). Análisis del “clickbaiting” en los titulares de la prensa española contemporánea / Estudio de caso: Diario “El País” en Facebook. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25 (1), 197-212.
<https://doi.org/10.5209/ESMP.63724>

Giménez Folqués, David. (2025). Anglicismos en los movimientos ecologistas digitales actuales de España. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 105-122. <https://doi.org/10.6035/clr.7986>

Guerra, Juan. (2021). La Ecolingüística: Un nuevo enfoque en el espectro de los análisis contemporáneos de la lengua. *ENFOQUES Anuario de Investigación Lingüística y Literaria*, (1), 4,124-141.
<https://revistasacad.uasd.edu.do/index.php/Enfoques/article/view/126/159>

Guerrero Salazar, Susana. (2007). *La creatividad en el lenguaje periodístico*. Cátedra.

Guerrero Salazar, Susana. (2020). Principales sufijos en la creación de neologismos tendenciosos en los titulares deportivos de la prensa española. *Neologica*, 14, 185-202. <https://dx.doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-10571-8.p.0185>

Hollstein, Ronja H. y Mengert, Daria M. (2024). Introducción al volumen temático Analizar los discursos del clima y del medioambiente. *Estudios de Lingüística del Español*, 49, 4-13. <https://doi.org/10.36950/elies.2024.49.1>

Jacobsson, Diana. (2020). Young vs old? Truancy or new radical politics? Journalistic discourses about social protests in relation to the climate crisis. *Critical Discourse Studies*, 18(4), 481-497.
<https://doi.org/10.1080/17405904.2020.1752758>

- Jiménez Tovar, Metzli Sofía. (2021).** El discurso y su influencia en los medios. Análisis de resultados del discurso ambientalista, *Política, Globalidad y Ciudadanía*, (7),13. <https://doi.org/10.29105/pgc7.13-3>
- Julià Luna, Carolina. (2012).** La recepción del léxico científico en la lexicografía académica: las voces derivadas en -itis. *Revista de Lexicografía*, (18), 77-102. <https://doi.org/10.17979/rlex.2012.18.0.3770>
- Kilgo, Danielle K., Harlow, Summer, García-Perdomo, Víctor y Salaverría, Ramón. (2018).** New sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. *Journalism*, (19) 11, 1497-1516. <https://doi.org/10.1177/1464884916683549>
- Méndez Santos, M. Carmen. (2011).** Sobre -gate. Origen, significado y comportamiento morfológico. *Cuadernos del Instituto de Historia de la Lengua*, 6, 23-44. https://www.cilengua.es/sites/cilengua.es/files/page/docs/q11_completo_de_f.pdf
- Molek-Kozakowska, Katarzyna. (2013).** Towards a Pragma-linguistic Framework for the Study of Sensationalism in News Headlines. *Discourse & Communication*, (7), 2, 173-197. <https://doi.org/10.1177/1750481312471668>.
- Molina Salinas, Claudio. (2012).** Metáfora y metonimia: el fenómeno de polisemia en el sufijo del español -itis. *Estudios de Lingüística Aplicada*, 56, 111-32. <https://ela.enallt.unam.mx/index.php/ela/article/view/461/447>
- Nadal Palazón, Juan Gabriel. (2024).** Caracterización formal del Sensacionalismo en los titulares de la prensa mexicana. *Estudios del Discurso*, (10), 1, 86-110. <https://doi.org/10.30973/esdi.2024.10.1.176>
- Narvaja de Arnoux, Elvira. (2024).** Los discursos en torno al clima y al medioambiente. Los grandes consensos progresistas y su cuestionamiento desde la extrema derecha argentina. *Estudios de Lingüística del Español*, 49, 117-125. <https://doi.org/10.36950/elies.2024.49.7>
- Palau-Sampio, Dolors. (2016).** Reference press metamorphosis in the digital context: clickbait and tabloid strategies in Elpais.com. *Communication & Society*, 29(2), 63-79. <https://doi.org/10.15581/003.29.35924>

- Penz, Hermine y Fill, Alwin. (2022).** Ecolinguistics: History, today, and tomorrow. *Journal of World Languages*, 8 (2), 232-253. <https://doi.org/10.1515/jwl-2022-0008>
- Pérez, Cosette Celecia. (2023).** Análisis Crítico del Discurso y framing para una propuesta metodológica. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 198, 53-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9256826>
- Quesada Pérez, Montse, Blanco Castilla, Elena y Teruel Rodríguez, Laura. (2015).** El cambio climático en la prensa europea: discurso editorial en *El País, Le Monde, The Guardian y Frankfurter Allgemeine*. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 21 (1), 523-539. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49109
- Reyes Carrasco, Paula Mariel. (2020).** Una experiencia de comunicación acerca del cambio climático a través de ciberactivismo durante el COVID: El caso de Fridays For Future Salamanca. *Comunicación y Métodos*, 2(2), 118-133. <https://doi.org/10.35951/v2i2.89>
- Rodríguez González, Félix. (2017).** *Gran diccionario de anglicismos*. Arco/libros.
- Sanmartín Sáez, Julia. (2016).** Sobre neología y contextos de uso: Análisis pragmalingüístico de lo ecológico y de lo sostenible en normativas y páginas web de promoción turística. *Ibérica*, (31), 175-198. <https://revistaiberica.org/index.php/iberica/article/view/194>
- Scott, Kate. (2021).** You won't believe what's in this paper! Clickbait, relevance, and the curiosity gap. *Journal of Pragmatics*, (175), 53-66. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2020.12.023>
- Scott, Kate. (2023).** 'Deceptive' clickbait headlines: relevance, intentions, and lies. *Journal of Pragmatics*, (218), 71-82. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.10.004>
- Smolak Lozano, Emilia y Nakayama, Atsuhō. (2023).** Análisis semántico del discurso sobre el cambio climático en social media. El enfoque de la opinión pública acerca de Greta Thunberg, incendios en Australia y COP25. *TECHNO Review*, 2-20. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v14.4823>

- Solivellas, Ivan. (2024).** Los ecosistemas del elemento ‘eco-’: De la analogía a la transgresión. *Revista Signos. Estudios De Lingüística*, 57(116), 936-956. <https://doi.org/10.4151/S0718-09342024011601196>
- Stoknes, Per Espen. (2014).** Rethinking climate communications and the “psychological climate paradox”. *Energy Research & Social Science*, 1, 161-170. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2014.03.007>
- Van Dijk, Teun A. (1996a).** Análisis del Discurso Ideológico. *Comunicación y política*, (6), 14-43.
- Van Dijk, Teun A. (1996b).** *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información.* Paidós.
- Van Dijk, Teun A. (1999).** *Ideología, una aproximación multidisciplinaria.* Gedisa.

Nota biográfica



Susana Guerrero Salazar es catedrática de Lengua española en la Universidad de Málaga. Sus principales líneas de investigación son la Lexicología y el Análisis del Discurso (político, deportivo, periodístico y con perspectiva de género). Es miembro del Instituto Universitario de Investigación de Género e Igualdad (IGIUMA) y del Instituto de Tecnologías Lingüísticas Multilingües (IUITLM). Entre otros, ha recibido el XX Premio Nacional de Ensayo Leonor de Guzmán por la investigación *La prensa deportiva española: sexismo lingüístico y discursivo*.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0715-9690>

E-mail: salazar@uma.es