



Un corpus llamado DESEO. Análisis lingüístico de los perfiles de la aplicación de contactos homoeróticos Grindr

A Corpus Named DESEO. Linguistic analysis of profiles on the homoerotic dating app Grindr

Vicente J. Marcet Rodríguez 

Universidad de Salamanca

vimarcet@usal.es

Resumen

El artículo presenta el corpus DESEO (Descripciones de la Sextimidad Online), un corpus lingüístico compuesto por perfiles de usuarios hablantes de español de la aplicación de contactos homoeróticos Grindr. El estudio parte de la consideración de los perfiles de estas aplicaciones como textos breves digitales que constituyen un género discursivo específico dentro de la comunicación digital, caracterizado por la brevedad, la multimodalidad, la orientación interactiva y una carga ilocutiva muy concreta: el establecimiento de relaciones íntimas. A partir de una muestra inicial de aproximadamente 400 perfiles recopilados en las provincias de Alicante, Madrid y Salamanca, el trabajo describe las principales características lingüísticas presentes en este tipo de textos. Los resultados muestran que los perfiles presentan fenómenos que responden tanto a las propiedades del discurso digital y de la inmediatez comunicativa como a un intento de los hablantes de proyectar determinados rasgos sociales. Tal es el caso de la relajación de la norma ortográfica, la omisión de tildes y signos de puntuación, la presencia de abreviaciones, el uso de la mayúscula con diversos fines y la abundancia de anglicismos y léxico coloquial y malsonante, entre otros.

Palabras clave: corpus, redes sociales, comunicación digital, homosexualidad, Grindr

Abstract

This paper introduces DESEO (Descriptions of Online Sextimacy), a linguistic corpus consisting of user profiles from the homoerotic dating application Grindr who speak Spanish. The study approaches these profiles as short-form digital texts that can be understood as a distinct discourse genre within digital communication. As such, they are characterized by brevity, multimodality, an explicitly interactional orientation, and a clearly defined illocutionary purpose: the initiation of intimate encounters. Drawing on an initial dataset of approximately 400 profiles collected in the Spanish provinces of Alicante, Madrid, and Salamanca, the article examines the main linguistic features that characterize this type of text. The analysis shows that these profiles exhibit phenomena that reflect both the properties of digital discourse and communicative immediacy, as well as speakers' attempts to project certain social traits. This is evident in the relaxation of orthographic norms, the omission of diacritical marks and punctuation, the presence of abbreviations, the use of capitalization for various purposes, and the abundance of colloquial and vulgar language, as well as anglicisms, among other features.

Keywords: corpus, social networks, digital communication, homosexuality, Grindr



1. INTRODUCCIÓN

Decía Blanche Dubois, heroína del drama de Tennessee Williams cuyo título parafraseamos en este artículo, al concluir la obra: “Siempre he confiado en la amabilidad de los desconocidos”. Esto es lo que parecen pensar muchos de los usuarios de la aplicación de contactos homoeróticos Grindr al incluir en su perfil de presentación enunciados como “Tú decides que hacerme”, “Aquí para conocer gente de buen rollo y lo que se vaya dando, sea amistad o un buen polvo”, “Me mola que me den rabo y que se corran en mi cara y boca” o “Busco pasivos sumisos y complacientes que les guste follar a pelo y que los preñen”¹.

La ausencia de tildes o signos interrogativos y exclamativos de apertura, la puntuación deficiente, la abundancia de voces coloquiales y malsonantes o el empleo al libre albedrío de la mayúscula son solo algunas de las características que pueblan esta tipología digital tan concreta: los perfiles de las aplicaciones de citas, los cuales pueden considerarse un nuevo género discursivo de índole digital.

Como han señalado diversos autores, desde los clásicos Bajtín (1982) o Miller (1984), los géneros discursivos permiten la formulación o expresión de mensajes a través de esquemas o moldes estables o recurrentes que facilitan la comunicación tanto por parte de quien emite la enunciación como por parte de quienes la reciben, los cuales, dentro del contexto determinado en el que se produce dicha enunciación, saben qué esperar por parte del interlocutor. Se trata de esquemas establecidos en torno a cuatro parámetros (el tema, la estructura, el estilo y la función), que pueden emplearse tanto en los discursos orales como escritos y que alcanzan todos los ámbitos de la vida: laboral, social, personal, etc.

Con los avances tecnológicos y el desarrollo de internet y de nuevos dispositivos de almacenamiento de la información y la comunicación (primero fueron los ordenadores y más tarde los teléfonos inteligentes y las tabletas), se han perfeccionado las vías de comunicación interpersonal y se ha posibilitado que las conversaciones escritas hayan adquirido varias de las características tradicionalmente asociadas a la comunicación oral. Ha surgido así el discurso digital, entendido como el conjunto de prácticas comunicativas que se producen, ya sea de forma oral, escrita o multimedia, en entornos mediados por la tecnología digital e internet, y el cual se materializa a través de una variada serie de textos que responden a necesidades sociales heterogéneas y cambiantes (Eggins y Martin, 2000; Cantamutto y Vela, 2016). Al mismo tiempo, según señala Galán (2007, p. 65):

los nuevos medios electrónicos [...] han puesto de manifiesto dos cuestiones de los procesos de comunicación que, por obvias, no son menos fundamentales: en primer lugar, que el medio condiciona el mensaje; y en segundo lugar, que los usuarios “diseñan y gestionan” las herramientas comunicativas (los mensajes) en función de sus intereses y del destinatario al que van dirigidas.

Según señalan Cantamutto y Vela (2016), los discursos digitales poseen unas características muy concretas que afectan principalmente a tres parámetros: el modo de comunicación, la enunciación y las relaciones interpersonales. En cuanto al modo de comunicación, merecen destacarse entre las principales características de los textos digitales la tendencia a la multimodalidad (en diferentes grados dependiendo de la interfaz) y la posible presencia tanto de lo oral (mediante la grabación y reproducción de la voz) y la oralidad (a través de rasgos propios del registro oral) como de signos no verbales, tanto visuales, ya sean fijos (fotografías,

¹ Se ha respetado enteramente la escritura de los textos originales, sin corregir los usos de puntuación, acentuación, mayúsculas y minúsculas, o la ortografía en general.



emojis, etc.) o en movimiento (vídeos, GIF, etc.), como auditivos (música, sonidos, notas de audio, etc.). Asimismo, puede mencionarse la extensión variable, en función del medio (aquí influyen factores como las restricciones técnicas del sistema, el diseño de la plataforma, el tamaño de la pantalla, etc.) o de cuestiones relativas al propósito comunicativo, y el carácter dinámico debido a la posibilidad de edición y modificación del mensaje, incluso por otros usuarios, una vez emitido.

Por su parte, en lo referente a la enunciación, los textos digitales se caracterizan por una serie de factores interrelacionados, como la posibilidad de interacción en tiempo continuo, ya que los usuarios se mantienen recíprocamente disponibles para su interlocutor y pueden, así, seguir una conversación en tiempo real, o la posibilidad de intercambio de papeles enunciativos, alternando las funciones de emisor y receptor durante la conversación. Otras características son la posibilidad de dirigir un enunciado a varios interlocutores a la vez (carácter multipersonal), la permanencia del mensaje en el tiempo (salvo que se elimine por el usuario o por la propia aplicación) y la multisimultaneidad espacial y temporal, esto es, la posibilidad de mantener varias conversaciones a la vez o alternarlas en diversas aplicaciones o acciones comunicativas; por ejemplo, a través del muro de una red social y por mensaje privado a uno de sus usuarios.

Finalmente, en lo que respecta a las relaciones interpersonales, pueden señalarse entre las principales características de la comunicación digital la posibilidad de relación comunitaria entre los participantes mediante la creación de grupos cerrados y limitados de interés común; la posibilidad de decidir el alcance de la interacción, pública o privada, dependiendo del diseño de la interfaz o el tipo de aplicación; la posible creación de redes centrípetas o centrífugas en función del grado de difusión que se quiera que tenga el mensaje; y la exteriorización de la intimidad por propia voluntad del usuario, hasta el punto de que el sujeto se convierte en el centro de su discurso, como desarrollaremos más adelante.

Entre los textos digitales, Cantamutto y Vela (2020) distinguen como género específico el texto breve, el cual, como ya se ha indicado, está igualmente condicionado, por un lado, por las necesidades comunicativas de los emisores y, por otro, por las propias características del medio de difusión. Según estas autoras (pp. 4 y 5), el texto breve digital

es aquel que se produce a través de un medio eminentemente verbal (que puede incorporar la multimodalidad como sistema semiótico complementario a través del uso de emoticones o imágenes adjuntas), cuya forma está dada por diversos factores (técnicos y contextuales) que influyen en la brevedad del mismo.

Otra característica de los textos breves digitales es que por sí mismos constituyen textos autónomos, con tendencia a “incluir un acto de habla central que se explicita en una única intervención”, al tiempo que buscan generar una respuesta verbal en el destinatario (Cantamutto y Vela, 2020, p. 5). Tal es el caso de los perfiles de las aplicaciones de contactos, como los que integran el presente corpus.

2. OBJETIVOS

El propósito principal de este artículo es presentar la elaboración del corpus DESEO: Descripciones de la Sextimidad Online, concebido como una base de datos destinada a la recopilación, para su posterior estudio lingüístico, de los perfiles de los usuarios de habla española de la aplicación de contactos Grindr, diseñada especialmente para hombres que



buscan sexo con otros hombres. Este corpus se plantea, por lo tanto, como una herramienta de investigación orientada a documentar y estudiar un tipo de producción discursiva digital todavía escasamente atendido desde la lingüística.

De manera más específica, el artículo persigue describir el perfil de las aplicaciones de contactos como un género discursivo breve propio de la comunicación digital, atendiendo a las condiciones técnicas y pragmáticas que determinan su configuración textual. Asimismo, se propone identificar y caracterizar algunos de los rasgos más relevantes presentes en estos perfiles, con especial atención a fenómenos que afectan a distintas dimensiones del sistema lingüístico: ortografía, morfología y léxico².

Finalmente, el estudio pretende explorar las implicaciones pragmáticas y discursivas de este tipo de textos, particularmente en lo que respecta a la construcción de la identidad digital de los usuarios y a la expresión explícita de preferencias y expectativas sexuales en un contexto comunicativo mediado por la tecnología digital. Consideramos que un corpus de estas características es idóneo para analizar los mecanismos pragmático-discursivos que intervienen en este tipo de comunicación digital, caracterizado por la brevedad, la economía expresiva y la interacción potencial inmediata, prestando especial atención a la forma en que los perfiles condensan actos de habla, proyectan determinadas fuerzas ilocutivas y activan procesos inferenciales por parte del receptor para guiar su interpretación pragmática en términos de expectativas de interacción, disponibilidad comunicativa y negociación del deseo³. En este sentido, como ha señalado Motschenbacher (2022, pp. 183 y 184), investigaciones de este tipo son importantes, puesto que, aunque la relación entre los actos de habla y la sexualidad ha sido objeto de análisis de los investigadores desde hace algún tiempo, su potencial de estudio sigue inexplorado, especialmente en lo que se refiere a los estudios pragmáticos sobre hablantes no heterosexuales.

Igualmente, como señala Caballero Gálvez (2021, p. 92), la “digitalización de las comunicaciones nos conduce a estudiar e investigar un nuevo lenguaje, una serie de nuevos códigos de conducta y, por ende, nuevas identidades, así como relaciones de género”. Las cuatro dimensiones se dan la mano en Grindr, de ahí que consideremos tan relevante el estudio lingüístico de los perfiles de los usuarios de esta aplicación, ya que nos facilitará una mejor aproximación a los elementos socioafectivos e identitarios que subyacen en la comunicación digital entre hombres que buscan sexo con otros hombres.

Hasta ahora, en las investigaciones sobre Grindr y otras aplicaciones similares dirigidas a hombres que buscan sexo con otros hombres, han predominado los estudios de tipo sociológico o etnográfico, primero en el ámbito anglosajón, desde donde, muy pronto, se ampliaron al ámbito iberoamericano y a Asia Oriental. En su mayoría, se han centrado en la construcción identitaria o las formas de homosocialización a través de estas nuevas aplicaciones de contacto por geolocalización. Sin ánimo de ser exhaustivos, podemos mencionar los estudios sobre la gestión de la identidad homosexual y su relación con el sexo, la promiscuidad o la reputación sexual, entre otros (Batiste, 2013; Couto, Morelli, Galindo y Lemos de Souza, 2016; Ahlm, 2017; Jaspal, 2017; Ruani, Couto y Brito, 2021; Lozano, 2025),

² Este estudio se enmarca en las labores del Grupo de Transferencia del Conocimiento Discurso y Sociedad (DyS), de la Universidad de Salamanca. Quisiera aprovechar estas líneas para agradecer a María Sampedro Mella sus correcciones y observaciones y, muy especialmente, a los dos revisores anónimos, con los que quedo muy en deuda y cuyas valiosas sugerencias y aportaciones bibliográficas han contribuido a mejorar de forma notable este artículo.

³ Cf., por ejemplo, Motschenbacher (2022, pp. 183-187), donde se proponen diversos actos de habla relacionados con la identidad sexual, por un lado, y el deseo, por otro, con su correspondiente fuerza ilocutiva y perlocutiva.



con el racismo y la xenofobia (Robinson, 2015; Shield, 2018), o con la propia gestión de las aplicaciones de contactos homoeróticos (Blackwell, Birnholtz y Abbott, 2015; Miller, 2015; Race, 2015; Miles, 2017; Saiz, 2017; Gómez Canseco, 2018; Yeo y Fung, 2018; Parra y Obando, 2019; Plaza, 2020; Plaza y Mateus, 2022; Díaz, Garzaniti y Navarro, 2023; Marentes, 2023; Caraballo, 2024; Esponda y Marroquín, 2024-2025).

Bastante numerosos son igualmente los estudios que examinan la construcción ideológica de la *masculinidad hegemónica* entre la población homosexual, ya sea mediante el rechazo de la feminidad o a través de la potenciación o valoración de aquellas cualidades o actitudes consideradas más masculinas o heterosexuales (Bogetić, 2013; Shuckerow, 2014; Reynolds, 2015; Gómez Beltrán, 2017, 2019; Ariza, 2018; Arredondo, 2020).

También contamos con una serie de análisis cualitativos y cuantitativos de la representación visual del cuerpo masculino a través de las fotografías de los perfiles de Grindr (y su comparación con otras aplicaciones y redes sociales como Tinder o Instagram), con especial énfasis en cómo el sexo y el género se representan en estas redes sociales: Enguix y Gómez (2018), Caballero (2021) y Cuevas (2023); también Miller (2015) y Bonner-Thompson (2017) para el caso de Inglaterra⁴.

Ya desde una perspectiva lingüística, podemos señalar los artículos de Libenson (2018), sobre la construcción discursiva de la identidad sexual a través de la denegación argumentativa del yo; Navarro-Carrascosa (2019), sobre la construcción de diversas masculinidades homosexuales a través del discurso en diversas aplicaciones de contactos; Maracci, Martins, Bones y Pizzinato (2019), sobre la interacción del texto y las imágenes en la construcción de identidades dentro de una lógica mediática y comercial; García Gómez (2020), sobre las estrategias discursivas de autorrepresentación en relación con el control y la devaluación de la feminidad; Yalta y Nieto (2023), sobre el léxico de naturaleza sexual empleado por los usuarios de la aplicación en Lima; y López (2020, 2023), sobre la construcción discursiva de la identidad homosexual de los usuarios de Grindr también en Lima analizada desde un punto de vista lingüístico y sociológico.

3. EL PERFIL COMO TEXTO BREVE DIGITAL: EL PERFIL DE GRINDR

Una de las principales características de los textos digitales, de acuerdo con el modo de comunicación, es su extensión variable en función del propósito comunicativo y del medio empleado (dispositivo, aplicación, etc.). En este sentido, puede distinguirse entre textos digitales extensos (como puede ser el caso, por ejemplo, de un artículo en un periódico digital o una entrada en una wiki) y textos digitales breves (entre los que se encuentran los SMS, los *posts* o publicaciones de redes sociales como Facebook o X, o los mensajes de WhatsApp). A esta última tipología digital correspondería el perfil de las aplicaciones de citas, el cual podríamos definir como la representación digital de la identidad de un individuo, que sirve para interactuar, compartir contenido y construir una presencia en línea con unos fines determinados. De hecho, el *DLE* de la RAE (en línea, s.v. *perfil*) lo define, en su cuarta acepción,

⁴Para el caso exclusivo de cómo se construye la narración de la sensualidad a través de la imagen en Tinder, puede consultarse Valle (2021); también Caballero y Herrero (2017), para el caso de la aplicación “Adopta un tío”, dirigida a un público heterosexual.



como ‘En una red social, identidad de un usuario’⁵ y, en la quinta, como ‘Espacio virtual asociado a cada perfil de una red social, en el que el usuario publica y comparte información’.

El perfil de las aplicaciones de contactos, aunque comparte ciertos rasgos con los perfiles de otro tipo de aplicaciones o espacios digitales, como las redes sociales, tendría su antecedente en los anuncios de contacto de la prensa escrita (Pérez Bowie, 2001, o Gutiérrez García, 2012), los *flyers* de servicios sexuales (Meneses, Uroz y Rúa, 2017), y los SMS integrados en programas televisivos de temática erótica –los TV chats– durante las primeras décadas del siglo XXI, géneros textuales breves con los que tiene en común buena parte de sus características, como la brevedad, la fuerza ilocutiva o la abundancia de léxico sexual.

Una de las principales características del perfil como género breve digital es, precisamente, la brevedad, pues la interfaz de las aplicaciones de citas, como Tinder o Grindr, solo permite un número limitado de caracteres. Otra de sus características es su carácter autónomo, ya que, por un lado, es un mensaje cerrado y completo en sí mismo y, por otro, responde a una fuerza ilocutiva muy concreta: el establecimiento de relaciones amicales, afectivas o sexuales. También podemos señalar como una característica importante de los perfiles la multimodalidad, puesto que, dependiendo de la interfaz de la aplicación, el perfil puede incorporar una o varias fotografías y alternar emojis con los caracteres alfabéticos y numéricos. Todo ello, junto con los destinatarios, va a condicionar la forma del texto que constituye el perfil. En el caso concreto de la aplicación Grindr, los destinatarios son fundamentalmente hombres que buscan sexo con otros hombres; en su mayor parte se trata de varones de orientación homosexual, si bien, como indica la propia compañía, “es una aplicación de redes sociales basada en geolocalización para la comunidad LGBTQ+”⁶, y no faltan entre sus usuarios hombres supuestamente heterosexuales que sienten curiosidad o desean experimentar⁷.

El hecho de ser una aplicación empleada por una comunidad muy concreta posibilita la existencia de un mayor grado de familiaridad entre los usuarios, mientras que la finalidad buscada (relaciones interpersonales de naturaleza íntima) favorece una mayor implicación emocional. El primer factor propicia la presencia de usos lingüísticos como marca de pertenencia grupal, ya sean ortográficos, morfosintácticos, léxico-semánticos, etc. Algunos de estos usos son compartidos por la comunicación digital en general, o por la empleada en las redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea en particular, como consecuencia de la inmediatez comunicativa, próxima a la oralidad, que caracteriza este tipo de conversaciones (Jiménez y Vela, 2005; Estrada y De Benito, 2016). Asimismo, el anonimato –si se desea– propiciado por este tipo de aplicaciones permite a los usuarios “presentarse y actuar con mayor libertad” (Caballero, 2021, p. 92), lo que, en el plano lingüístico, favorece, por ejemplo, el empleo de un léxico más explícito y poco sujeto a los convencionalismos sociales.

Como ha señalado Caballero (2021, p. 92), en las redes sociales en línea la “identidad individual ha sido sustituida por un álter ego virtual”. Podemos hablar, en este sentido, del perfil de las aplicaciones de contactos como un trasunto de la persona retórica digital, ligada

⁵ Entendiendo como *identidad* el ‘conjunto de rasgos propios de un individuo’ que lo caracterizan frente a los demás (DLE, en línea, s.v. *identidad*).

⁶ Tomado de <https://help.grindr.com/hc/es-419/articles/1500012478721--Qu%C3%A9-es-Grindr> (30/03/2026).

⁷ En los últimos años, parece haber un número creciente de usuarios que se identifican como *heterosexuales*, *casados* o *con novia*, pero, muy posiblemente, se trate en buena parte de los casos de un reclamo ficticio con el que atraer a un mayor número de usuarios de la aplicación, habida cuenta de que la masculinidad (asociada tradicionalmente a la heterosexualidad) suele ser uno de los rasgos más valorados entre una gran parte de la población homosexual. Cf., por ejemplo, Ariza (2018), López (2020), Lozano (2025) o el estudio de Ward (2015) para un tratamiento más complejo sobre la cuestión.

al concepto retórico clásico del *ethos*: “la imagen que el orador construye y proyecta de sí mismo en su discurso” (Montero, 2012, p. 228). En esta proyección, como señala este autor, cabría distinguir entre el *ethos* social, entendido como el conjunto de cualidades morales y valores percibidos por el auditorio en relación con el contexto de enunciación y marcado por el estatus del enunciador en un determinado marco social, y el *ethos* discursivo, referido a la autoconstrucción de una imagen personal mediante el discurso (incluyendo los mensajes multimodales) que emite el usuario en la red social. En este sentido, toda selección lingüística, desde la gramática al vocabulario, pasando por la ortografía, conlleva una proyección del yo ante el auditorio⁸, como se observa en varios de los fenómenos lingüísticos que encontramos en los perfiles de la aplicación Grindr y que analizaremos a continuación.

Como ya hemos mencionado, Grindr es una aplicación de citas o contactos para telefonía móvil inteligente, basada en geolocalización y dirigida principalmente a un público de orientación homosexual u hombres que desean tener sexo con otros hombres. Lanzada al mercado en 2009, en la actualidad cuenta con cerca de quince millones de usuarios repartidos por todo el mundo. Su interfaz está basada en un mosaico cuadrulado que ocupa la totalidad de la pantalla del teléfono, en la que se muestran las fotografías (o fondos en negro) de los usuarios, correspondiente cada una de ellas a un perfil diferente y ordenadas por proximidad al usuario, desde el más cercano al más lejano, merced a su geoposicionamiento (como se aprecia en la imagen 1). La aplicación puede descargarse de forma gratuita y para su uso solo es necesario registrarse con un correo electrónico y crear una cuenta. Existe la posibilidad de suscribirse previo pago, lo que permite, entre otras ventajas, el acceso a un mayor número de perfiles de usuarios con los que interactuar.



Imagen 1. Interfaz de Grindr en teléfono inteligente Fuente: <https://www.lz.de>⁹

⁸ O, como señala Pujante Sánchez (2003, p. 367), “muchas veces el personaje creado no es sino el modo de verse el propio emisor del discurso, quien ha creado ese discurso precisamente para mostrarse ante los otros tal y como se ve” o como realmente es.

⁹ Tomada de https://www.lz.de/ueberregional/multimedia/22942772_Grindr-droht-Millionenstrafe.html (30/03/2026).

El perfil de la aplicación Grindr consta de una serie de componentes, de los cuales tres se consideran básicos¹⁰: el nombre de usuario, una breve biografía y las fotografías (ver imagen 2). Todos pueden modificarse cuantas veces se desee. El **nombre de usuario** o *nick* es la denominación que verán los demás usuarios de la aplicación en el mosaico de perfiles. Puede incluir de 0 a 15 caracteres, incluyendo letras, números, caracteres especiales (como en *No +25*) o emojis (como en *Osete 🐻*). No abundan especialmente los nombres de perfil consistentes en un nombre de pila (*Adrián, Joaquín, Toni*), real o ficticio, o una inicial (*L, M*); lo habitual es indicar aquello que se busca (como en *Algún casado?*) o lo que se ofrece (como en *Mamo*).

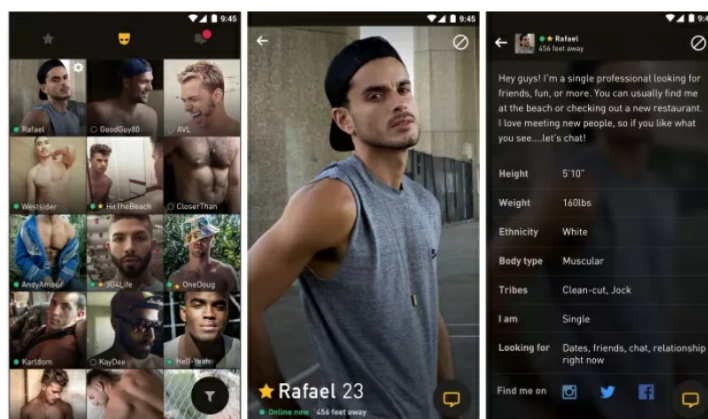


Imagen 2. Perfil en Grindr. Fuente: <https://www.lespanol.com>¹¹

La **descripción**, denominada *Acerca de mí*, permite hasta 225 caracteres, incluyendo igualmente números, caracteres especiales y emojis. Al igual que el nombre de usuario, también puede dejarse en blanco. Los usuarios pueden añadir una breve biografía, como en los ejemplos 1 y 2, aunque no es lo habitual:

- (1) Soy un chico muy estrovertido. Me encanta viajar el deporte al aire libre, amo la música me gusta disfrutar de buenos ratos tomando una buena cerveza escuchando buena música en buena compañía. Hacer rutas de senderismo. Buen royo
- (2) Eooo ¿Alguien se viene conmigo al gim? Voy perdidísimo con las máquinas
Ayer empecé a correr. Fue una tortura medieval. Dos calles aguante
Sociable a ratos
Mi pasatiempo favorito es dormir la siesta 🛌

Lo más frecuente es que la descripción incluya con más detalle aquello que el usuario ofrece y lo que está buscando, especialmente de índole sexual, como se aprecia en los siguientes ejemplos:

- (3) Pasar buenos ratos de sexo sin rollos raros ni complicaciones
- (4) Aquí para conocer gente de buen rollo y lo que se vaya dando, sea amistad o un buen polvo
Si podrías ser mi abuelo, abstente

¹⁰ Como se indica en <https://help.grindr.com/hc/es-419/articles/4402336949523-C%C3%B3mo-crear-tu-perfil> (30/03/2026).

¹¹ Tomada de https://www.lespanol.com/elandroidelibre/noticias-y-novedades/20180403/aplicacion-preferida-homosexuales-comparte-datos/296971830_0.html (30/03/2026).



- (5) Dependiendo del momento puedo o no puedo quedar. No me gusta a saco las cosas. A veces pega mimos
- (6) Probar nuevas experiencias. Muy agradecido. Buen rollo ante todo. Higiene y discreción. Llevo vida hetero. No me cierro a relaciones. [Nombre de localidad]. Soy hetero activo muy masculino.
- (7) paso foto por privado sin problema. Abstenerse pajilleros y mareadores, si estoy online busco follar, si vas a pedir foto de cara asegúrate que tu mandes la tuya con el saludo 🙌

La aplicación permite incluir en el perfil hasta cinco **fotografías** o bien ninguna, en cuyo caso la pantalla del perfil se muestra en negro. No están permitidos los desnudos frontales en los que se observen los genitales, pero sí los desnudos traseros con exposición de los glúteos si la fotografía no se considera sexualmente explícita. Pueden encontrarse fotografías en las que sea visible el rostro, aunque la mayoría muestran solo el torso, con o sin ropa.

El perfil se completa con una serie de bloques con distintos campos opcionales en los que el usuario puede seleccionar entre diversas propuestas que se le ofrecen. El primer bloque corresponde a las **Estadísticas**, y los usuarios pueden, si lo desean, incluir datos como su edad, estatura, peso, tipo de cuerpo (*Tonificado, Promedio, Delgado, Musculoso, Grande*), rol sexual (*Activo, Versátil, Pasivo, Lado* ‘sin penetración’), etnicidad (por ejemplo, *Asiático, Negro, Caucásico, Latino*, etc.), estado de relación (por ejemplo, *soltero, en pareja, relación abierta*, etc.) y “tribu” o subcomunidades con las que el usuario se identifica (por ejemplo, *Oso, Daddy, Discreto, Rudo, Twink, Geek*, etc.)¹². En este último apartado abundan, como puede observarse, los anglicismos, debido a que el origen de muchas de estas “tribus” se encuentra en la cultura anglosajona estadounidense.

El siguiente bloque está dedicado a las **Preferencias**, con las cuales el autor del perfil da a conocer al resto de usuarios aquello en lo que está interesado y de qué forma le gusta establecer el contacto. En primer lugar, puede seleccionar aquellas subcomunidades con las que desea interactuar; en un segundo campo puede seleccionar qué tipo de conexiones busca (*Chat, Citas, Amigos, Red de contactos, Relación o Encuentros*). En un tercer campo, puede seleccionar dónde prefiere tener un hipotético primer contacto (*Mi lugar, Tu lugar, Bar, Cafetería, Restaurante*). Finalmente, puede seleccionar en un cuarto campo si está interesado en recibir fotos sexualmente explícitas por privado (*No mostrar, Nunca, No al principio, Sí, por favor*).

Un tercer bloque está dedicado a la **Identidad**, para que el usuario pueda expresar, si lo desea, cómo se identifica en cuanto al género (para lo que existen las siguientes opciones: *Hombre, Mujer, No binario, Hombre cis, Hombre trans, Mujer cis, Mujer trans*, etc.) y al uso de los pronombres personales (entre los que se encuentran *Él, Ella, Elle*, etc.).

El cuarto bloque se centra en la **Salud** y cuenta con dos campos: *Salud sexual* y *Vacunas*. En el primero, el usuario puede informar, si lo desea, sobre su estado de salud en relación con el VIH y sobre la fecha de la última prueba de detección. En el segundo, puede indicar si ha sido vacunado contra la meningitis, covid-19 o la viruela símica.

¹² Puede encontrarse una descripción más detallada en López García (2020, pp. 39-44).



Finalmente, en un tercer bloque, denominado **Enlaces Sociales**, el usuario puede enlazar su perfil en Instagram, Facebook, X (antes Twitter) y Spotify, con el que compartir sus canciones favoritas.

4. EL CORPUS

La denominación del corpus, DESEO (Descripciones de la Sextimidad Online), juega con la creación de la palabra *sextimidad*, compuesta por la fusión de *sexo* y *extimidad*, a su vez vocablo creado por oposición a *intimidad*. El término *extimidad*, de la combinación de *exterior* e *intimidad*, fue propuesto a mediados del siglo pasado por el filósofo francés Jacques Lacan al formular su teoría sobre el psicoanálisis para referirse a la influencia que el lenguaje, la cultura y la sociedad ejercen, en muchos casos de forma inconsciente, en la identidad del individuo. Posteriormente, fue retomado por otros autores, como Sibilia (2008, p. 35), para referirse a la exhibición voluntaria de la vida íntima a través de las redes sociales. Este uso fue continuado, entre otros, por Sabater (2014, p. 10), quien señala que las tendencias de exposición de la intimidad que proliferan en la actualidad evidencian no una mera invasión de la esfera privada, sino una tendencia a exhibirse y a hablar de uno mismo. Por su parte, Cantamutto y Delfa (2016, p. 315) señalan cómo la intimidad y la extimidad en las redes sociales, ligadas a la construcción de la identidad, constituyen prácticas que ubican la exposición del sujeto en el centro del discurso. En este sentido, resulta habitual encontrar en redes sociales como Facebook, Instagram o TikTok publicaciones de usuarios sobre aspectos tan cotidianos como sus vacaciones o los platos que van a degustar, cuando no imágenes de desnudos frontales o sexualmente explícitas, ya sea de forma gratuita, como en X, o previo pago, como en OnlyFans.

Entre los rasgos propios de la extimidad, Narvaja y De Piero (2016, pp. 243 y 244), al analizar la exposición sugerente del propio cuerpo en las redes sociales, incluyen los siguientes: la “exhibición de escenarios, espacio y situaciones de la vida cotidiana familiar o íntima tales como partes de la casa reservadas a la intimidad (baño, cocina, dormitorio)”, la exhibición del cuerpo, el “uso de formas lingüísticas que inviten al espectador a la familiaridad” o el “empleo de lexemas considerados socialmente descorteses”, entre otros. Otra de las características de la extimidad es la presencia de “expresiones abiertas sobre sexualidad”, las cuales constituyen el eje de la aplicación de contactos Grindr, donde, al tiempo que son frecuentes las imágenes de los usuarios con el torso desnudo (y en ocasiones mostrando los glúteos), encontramos numerosas referencias a los gustos y prácticas sexuales buscadas por los individuos.

Esto nos ha llevado a proponer el término *sextimidad* para la descripción de este tipo de texto breve digital: la exhibición voluntaria de la propia sexualidad en un contexto digital público, o semipúblico, más bien. Se trataría de un contexto semipúblico porque tienen acceso a este contenido quienes previamente han abierto una cuenta en la aplicación, aunque, por otro lado, la apertura de una cuenta no tiene mayor requisito que el de ser mayor de edad (para lo cual el usuario debe indicar su fecha de nacimiento, sin comprobación posterior de la veracidad de esta información). De esta forma, los usuarios exteriorizan y ponen prácticamente al alcance de cualquiera (si bien en muchos casos amparados por el anonimato) sus ideas, gustos y expectativas eróticas, así como los aspectos más íntimos de sus preferencias sexuales.



Se ha seleccionado la aplicación Grindr por ser la más empleada entre los usuarios que buscan sexo entre hombres (cf. Esponda y Marroquín, 2024). Aunque no existen datos oficiales, la cifra de usuarios en España en 2025 parecía oscilar entre los 635.600 (Alonso, 2006) y los 722.400 (Hernando, 2026), con un aumento del 30 % con respecto al año anterior (frente al aumento del 21 % del conjunto de las aplicaciones de contactos). Se estima que los usuarios dedican a su consumo una media de 10 horas y 12 minutos al mes, siendo la aplicación de contactos a la que los usuarios prestan más tiempo (la media de uso mensual del conjunto de aplicaciones se sitúa en las 3 horas y 50 minutos).

En una primera fase, correspondiente a 2025, durante los meses de agosto y septiembre, el corpus DESEO estaba integrado por cerca de 400 perfiles, procedentes de las provincias de Alicante, Madrid y Salamanca, con la intención de que estuvieran representados un mayor número de estratos o grupos sociales y espacios urbanos (gran metrópoli, ciudad universitaria, localidad turística de veraneo, etc.). En una segunda fase, correspondiente a 2026, durante los meses de marzo y abril, el corpus se ha ampliado a cerca de 1.400 perfiles (n=1384), con nuevos registros en las mencionadas provincias y la incorporación de nuevos perfiles procedentes de la provincia de Valencia. Está prevista la ampliación del corpus en sucesivas fases a lo largo de 2026 y 2027 hasta llegar al menos a los 7.000 registros (lo que supondría aproximadamente un 10 % de los usuarios de la aplicación, según datos de 2025), con una representación que alcance a todas las provincias españolas. Nuestra intención es que esté representado el conjunto de la población española, antes que establecer posibles diferencias lingüísticas de corte geolectal. Posteriormente, el corpus podrá ampliarse a diversos países de América y a otras aplicaciones similares, como Tinder, Wapo o Scruff.

En lo que respecta al análisis cuantitativo, la recopilación de perfiles se ha realizado desde el dispositivo móvil personal del investigador, utilizando como metodología de búsqueda la geolocalización permitida por la propia aplicación. En primer lugar, se han registrado los perfiles más próximos por ubicación, en un radio máximo aproximado de unos 25 km, dependiendo de la localidad de obtención de los datos. Posteriormente, para evitar la segmentación de la muestra, se ha ampliado el radio de búsqueda a otras localidades de la misma provincia a través de la función “Explorar” que ofrece la aplicación, consistente en seleccionar en el mapa del mundo cualquier lugar. No ha habido una selección previa de los perfiles incluidos en el corpus. Solo se han excluido aquellos perfiles cuya descripción y nombre de usuario estaba en blanco, al carecer de material lingüístico para nuestro estudio. También se han descartado aquellos perfiles redactados en un idioma extranjero por parte de usuarios que no tienen el español como lengua materna y que se encuentran, en buena parte de los casos, de paso en el país.

Los datos se han recopilado de la aplicación manualmente y han sido codificados en una tabla de codificación igualmente manual, donde, de cara a futuros estudios, se ha registrado de cada perfil el nombre de usuario, el lugar de registro de la muestra (provincia y localidad), la edad, el rol sexual, la procedencia geográfica (ya sea la provincia o el país, cuando se expresa en el perfil) y la descripción biográfica, donde se encuentra buena parte del material lingüístico que será posteriormente analizado.

Toda la información que integra DESEO se ha obtenido de los perfiles, que se encuentran voluntariamente expuestos en una aplicación de libre acceso para cualquier persona mayor de edad. Dado que algunos de estos datos pueden ser especialmente sensibles, y para garantizar la privacidad de los usuarios, se ha seguido lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento UE 2016/679) de la Unión Europea y las recomendaciones



éticas de la British Association for Applied Linguistics (BAAL, 2021). Por ello, la información que se muestra en este estudio ha sido sometida a un proceso de minimización y anonimización de datos, siguiendo igualmente la pauta de estudios similares anteriores (Gómez Beltrán, 2019; López García, 2020). No se relaciona en ningún momento el contenido de la descripción del perfil con el nombre de usuario, como tampoco se indica la edad, la procedencia, la provincia de toma de la muestra o cualquier otro elemento potencialmente identificativo de la identidad del usuario. Igualmente para garantizar el anonimato de los usuarios, cada muestra se identifica con un código formado por tres secuencias separadas por guiones: la abreviatura del nombre del corpus (*DSO*), dos cifras correspondientes a los dos últimos dígitos del año de registro de la muestra (25 o 26) y cuatro cifras en orden ascendente correspondientes al orden de incorporación del perfil al corpus (ejemplo: DSO-25-0001).

DSO-25-0008	 Obsesionado por hombres maduros y bien dotados  Listo para chupar sin límites  Envíame foto de tu verga antes de vernos  Discreción y respeto garantizados
DSO-25-0141	Si no quieres sexo no molestes arto de los que se creen súper modelos, y no saben más que pedir foto de cara. A todos esos que se creen guapos que hacen en una aplicación
DSO-25-0249	Pasivo masculino, muy petero full, cruising, morbo, doy ogt. Uso popper.

Tabla 1. Muestra de perfiles. Fuente: elaboración propia

5. USOS LINGÜÍSTICOS

Consideramos que la creación y difusión de un corpus sobre perfiles de aplicaciones digitales de contactos puede ser de gran utilidad para los estudios sociolingüísticos y de análisis del discurso, ya que se trata de un género discursivo muy específico al que, como ya hemos señalado, apenas se le ha prestado atención desde el punto de vista lingüístico.

A continuación, a modo ilustrativo, exponemos una selección de ejemplos representativos de este género discursivo digital¹³, sin ánimo de ser exhaustivos, puesto que se trata de una primera aproximación, de tipo descriptivo y preliminar, al estudio lingüístico de DESEO. Esta investigación se ha realizado a partir del análisis de los 400 perfiles recopilados durante la primera fase, los cuales aportan en torno a 5.400 unidades textuales, entre palabras y emojis¹⁴. Por limitaciones de espacio, se han seleccionado algunos de los fenómenos que se han considerado más interesantes por su relevancia o frecuencia de aparición, procurando que

¹³ En cada uno de los ejemplos, destacamos el fenómeno en cuestión mediante el uso de la cursiva, inexistente en el texto original. Por motivos de privacidad, como ya hemos indicado, se omite el nombre de usuario de cada perfil y el lugar de obtención de la muestra.

¹⁴ Se trata de un número de muestras similar, por número de perfiles o palabras, al de otras investigaciones de corte sociológico o lingüístico realizadas sobre el uso de las redes sociales (Fernández de Molina 2015a) o las aplicaciones de contactos (Caballero y Herrero, 2017; Gómez, 2017, 2019; Navarro, 2019; López, 2020; o Cuevas, 2023).



estuvieran representadas las distintas dimensiones del lenguaje: ortográfica, fonética, morfológico-sintáctica, léxico-semántica y pragmático-discursiva.

5.1. Fenómenos ortográficos

En cuanto a la ortografía, podemos encontrar no pocas desviaciones de la norma. En algunos casos, pueden estar motivadas por la rapidez en la escritura propia del uso que se realiza de las aplicaciones de telefonía móvil, aunque, en otros casos, bien pudiera ser la causa el desconocimiento de la norma, como en *arto* y en el elemento compositivo *super-* (“arto de los que se creen *súper* modelos”), *poyon* (“busco *poyon*”), *royo* (“Buen *royo*”) o *bysex* (“Bysex activo”). También encontramos errores ortográficos como consecuencia de la neutralización o relajación de consonantes en posición implosiva, como en *bises* (“Chico *bises* pasivo”) o *estrovertido* (“Soy un chico muy *estrovertido*”). Los errores ortográficos alcanzan también a los anglicismos crudos, como en *suggar* (“Necesito un *suggar* pas regalos o incentivos”), hipercorrección gráfica de *sugar*, o *twin* (“Hetero *Twin*”) en lugar de *twink*. Otro error habitual es la escritura unida en una sola secuencia gráfica de la conjunción *si* con valor de condición o suposición y el adverbio de negación *no*, como se observa en los siguientes ejemplos:

(8) Foto de cara, *sino* no te contesto

(9) Pasa foto *sino* nada

(10) follar o *sino* también amistad

En el caso de la acentuación, son muchos los ejemplos de palabras sin la aparición de la tilde preceptiva¹⁵: *animais*, *aquí*, *besucon*, *diversion*, *julian*, *mamon*, *mas*, *perdi*, *si*, *tambien*, *tio*, *torrejon*, *trio*, *versatil*, etc.; también en las formas verbales con pronombres enclíticos: *lefame* o *preñame*. Es igualmente frecuente la omisión de la tilde en los interrogativos, ya sea en oraciones interrogativas directas o indirectas (como en los ejemplos 11-15). Menos frecuente es el fenómeno contrario, el uso de la tilde y la separación en dos palabras de la conjunción casual *porque*, al confundirla con la secuencia formada por la preposición y el interrogativo (16).

(11) *Quien* mama ya?

(12) *Quien* sale de fiesta hoy?

(13) Quedar y ver *que* pasa

(14) Tú decides *que* hacerme

(15) una cerveza y ya se verá *donde* acabamos

(16) Si no eres lo que busco no insistas *por qué* no vas a conseguir nada

Resulta, asimismo, muy habitual la ausencia de la mayúscula reglamentaria, ya sea al inicio de oración (17-20) o en la escritura de antropónimos (*antonio*, *carlos*, *daniel*, *javier*) y topónimos (*benidorm*, *torrejon de ardoz*).

(17) jugamos?

¹⁵ Como ha señalado Galán (2007, p. 68), aunque en referencia a los SMS, la “ausencia de acentos se explica por pura economía pues, aunque el teclado ofrezca esta posibilidad, el número de veces que hay que pulsar para marcar la vocal correctamente acentuada es superior al número de veces que se pulsa la vocal sin acento”.



- (18) pareja de tíos 28 y 40 años !!!
- (19) busco discreción, morreos y mamadas...
- (20) machote mas pasivo buscando morbo y macho dominante

Otro de los rasgos más frecuentes es la omisión de signos de puntuación, entre ellos los signos interrogativo y exclamativo de apertura, algo habitual en la escritura digital¹⁶, como se observa en los siguientes ejemplos:

- (21) activos cerca?
- (22) Algún casado?
- (23) Quien mama ya?
- (24) Os animais?
- (25) Gente normal y sin tara?
- (26) Hola!
- (27) No estoy urgido en quedar ya!

Registramos igualmente con gran asiduidad la ausencia del punto final, ya sea en las abreviaturas (como en 28 y 29) o al final de oración (como se observa en 30-33):

- (28) *masc x igual*
- (29) *Act, muy morboso*
- (30) La chupo hasta que te corras dentro de mi boca
- (31) Busco pasivos sumisos y complacientes que les guste follar a pelo y que los preñen
- (32) Si podrías ser mi abuelo, abstente
- (33) Chico sin experiencia...pero con mucho vicioo

Es igualmente muy frecuente la puntuación libre o espontánea, consistente en la ausencia o limitación al mínimo de los signos de puntuación, incluyendo la coma y el punto y coma (como se observa en 34-39). Podría considerarse un rasgo más de la oralización de la escritura electrónica, con el que el texto escrito trata de aproximarse al habla espontánea, heredero, además, de los antiguos SMS, aunque también pudiera ser que, en algunos casos, nos hallemos ante un conocimiento deficiente del uso de los signos de puntuación unido a la rapidez de la escritura digital.

- (34) Chico bises pasivo, morboso en lencería en privado.
- (35) Gente joven plis
- (36) Versátil + activo tengo sitio y coche en [Nombre de localidad] foto de cara si no pasa a otro perfil

¹⁶ Sobre los principales rasgos de la escritura digital, *cf.*, por ejemplo, los estudios de Jiménez y Vela (2005), Galán (2007), Cassany (2015), López (2013), Mancera y Pano (2013), Fernández (2015a, 2015b) o Cantamutto (2023).



- (37) Te apetece una mamada sin compromiso, un aquí te pillo aquí te mato vamos. Si no te gusta lo que ves bloquea yo haré lo mismo
- (38) Me encanta viajar el deporte al aire libre, amo la música me gusta disfrutar de buenos ratos tomando una cerveza escuchando buena música en buena compañía.
- (39) abre y vemos paso fotos sin problema no todo es sexo, no todo es sexo guarro, aunq mejor

Podemos mencionar, igualmente, como otro de los rasgos más característicos de la comunicación digital de las redes sociales en general y de las aplicaciones de contactos en particular el uso de la mayúscula como recurso paralingüístico gráfico con una función práctica de visibilidad inmediata, como se observa, por ejemplo, en 40, donde el empleo de la mayúscula en el nombre del usuario permite una captación rápida de atención en la cuadrícula, especialmente útil en interfaces de aplicaciones basadas en *scrolling* o deslizamiento táctil. Al mismo tiempo que actuar como resalte visual, la mayúscula tiene otros valores añadidos, con un claro propósito de énfasis, y que pueden solaparse o darse conjuntamente en un mismo enunciado. Así, podemos encontrar la mayúscula con valor de autoetiquetado fuerte, como construcción o estrategia de hipervisibilidad identitaria, destacando una cualidad o circunstancia (como en 41-46, 54); como resalte de la fuerza ilocutiva del acto de habla, equivalente gráfico al énfasis prosódico (47-51); como delimitación normativa (46, 52-54) o regulativa (55 y 56), pues establece las condiciones que debe cumplir el otro usuario o las reglas de interacción en la aplicación; o como marcador de acto directivo fuerte, con valor imperativo (50 y 57).

- (40) FRAN
- (41) ACTIVO, LECHERO
- (42) MASTER
- (43) OSO
- (44) PAREJA
- (45) CASADO, RELACIÓN ABIERTA
- (46) Solo por verdaderos MACHOS activos
- (47) I LOVE TO KISS
- (48) NO MANDO FOTO DE CARA
- (49) Me va TODO.
- (50) lefame YA
- (51) PARA YAAA!!!
- (52) SOLO ME CALIENTAN LOS TWINKIS
- (53) DE 58 EN ADELANTE
- (54) Solo POLLONES
- (55) NO hablo con gente SIN FOTO



(56) SIN FOTO DE CARA NO CONTESTO

(57) FOTO DE CARA

Asimismo, puede destacarse la iteración de caracteres con fines expresivos, por ejemplo, mostrar el estado de ánimo, como llamada de atención o como refuerzo del acto locutivo (Jiménez y Vela, 2005, p. 623; Galán, 2007, p. 68; López Quero, 2013, pp. 84-86; Fernández de Molina, 2015, pp. 46 y 47), que puede darse ya sea con signos de exclamación o interrogación (58-62), letras, como mecanismo de expresividad oralizada (63), o emojis (64 y 65).

(58) alguien ya !!!

(59) para ya!!

(60) SOLO MADUROS!!!

(61) pareja de tíos 28 y 40 años !!!

(62) alguien decente ??

(63) de visitaaa

(64) no paso foto de cara y no las necesito, prefiero verte la polla 🍆🍆🍆

(65) Si depilado estás bueno, sin depilar estarás muchísimo mejor 😊😊

5.2. Fenómenos morfológicos

En el nivel morfológico, nos encontramos con dos fenómenos recurrentes: la sufijación y la abreviación, cada uno de ellos con su motivación específica. En cuanto a la sufijación, es consecuencia principalmente de la derivación apreciativa, entre cuyos usos se encuentra, entre la expresión de nociones objetivas, destacar un tamaño mayor de lo habitual¹⁷. Así se observa en *pollón*, sobre todo en la secuencia “Pollón XL”, en la que XL podría considerarse una redundancia, o en *huevazos*, en la secuencia “BUSCO HUEVAZOS”, donde el valor aumentativo del sufijo se aclara en la descripción del perfil: “Fetichista de los huevos grandes”. Ya con un valor claramente subjetivo, encontramos diversos sufijos con connotaciones ponderativa, como *-azo* (*gordazo*, *heterazo*), *-ote* (*machote*) y *-orro* (*buenorro*); intensificadora, como *-ón* (*besucon*); o peyorativa, como también *-ón* (*mareones*, por *mareantes*). Por su parte, igualmente se documenta el uso de los sufijos diminutivos *-ito* y *-ete*, entre otros, con valor afectivo (*machito*, *osete*) o atenuador (*cerdete*, *gordito*)¹⁸.

Respecto a la abreviación, hay que distinguir entre el uso de acortamientos lexicalizados y aquellas abreviaciones que son causa de la limitación del número de caracteres que permite la aplicación, y que empuja a la economía lingüística. Entre los primeros, podemos incluir acortamientos como *bi* < *bisexual*, *bibe* < *biberón*, *cerve*, *hetero*, *insta* < *Instagram*, *pele*, *trans* < *transexual*, etc. El uso de estas formas contribuye a crear una voz más directa y coloquial y menos “académica”, al igual que la creación de un ambiente relajado y casual, que favorece la hipotética conversación entre los usuarios (como se observa en expresiones del tipo “buen rollo” o “sin complicaciones”, que encontramos en algunos ejemplos). Se trata, por lo tanto, de

¹⁷ Puede encontrarse un estudio más detallado sobre el empleo de los sufijos en Grindr en Marcet (en prensa).

¹⁸ Para el uso del diminutivo en la interacción digital de la población LGTB+, cf. Engra (2025, pp. 283-289, 306-307 y 404-423).

una escritura altamente impregnada de indexicalidad indirecta (Ochs, 1992), ya que, intentando reproducir la oralidad simulada, no solo dice algo, sino que actúa como una actitud (informalidad, desenfado, complicidad) o una marca de grupo (juvenil, digital, homosexual, etc.).

Entre las restantes abreviaciones, su motivación principal, como ya hemos señalado, parece ser la economía gráfica y todo lo que ello implica: escribir menos, leer más rápido, ocupar menos espacio, etc., sin que deba descartarse necesariamente la intervención de los factores anteriormente señalados. El procedimiento más documentado es el acortamiento léxico por truncamiento (*aunq*, *chems*, *disc*, *masc*, *max*, *pas*, *het*, etc.). También encontramos abreviaturas complejas por truncamiento extremo, como en *bb* < *bareback*, *cd* / *CD* < *crossdresser*, *c/s* < *con sitio* o *Pd* < *postdata*. Igualmente, se emplea el truncamiento extremo en la abreviatura de la conjunción o pronombre relativo *que*, en una práctica heredada de los antiguos SMS de pago (como en 66 y 67), así como en los nombres de pila (como en *L* o *M*), lo cual permite garantizar el anonimato de los usuarios. También es habitual el uso de las iniciales propias de la norma de etiquetaje EN 13402 para el tallaje de las prendas de vestir, que, en este caso, se emplea para indicar el tamaño del pene (siempre *XL* o *XXL*). Igualmente encontramos la aparición de siglas, como en *BDSM* < *Bondage*, *Disciplina*, *Dominación-Sumisión*, *Sadismo-Masochismo*, en alusión a una serie de prácticas de dominación consensuadas. Por economía gráfica, registramos igualmente algunas abreviaturas por contracción, como *bn* < *bien* o *tnga* < *tenga*, o en la más convencional *BCN* < *Barcelona*.

(66) No siempre *q* estoy conectado busco sexo

(67) Me gusta mucho *q* me la coman sobre todo viendo porno.

Resulta muy frecuente el empleo de símbolos, ya sean alfabetizables o no. En el primer caso, encontramos el símbolo *cm* < *centímetro*¹⁹, empleado en referencia a la medida del pene (como en 68-70). Entre los no alfabetizables, no formados por letras, encontramos principalmente el símbolo matemático +, en sustitución de *más*, ya sea como conjunción para indicar adición (71), como adverbio (72) o como adjetivo comparativo (73-75), o del sustantivo *plus* (75 –donde se emplea un emoji en lugar del signo tipográfico, precisamente para diferenciarlo de *más*, en la misma secuencia–, 76 y 77). También podemos mencionar aquí el empleo de *x* en sustitución del símbolo matemático × ‘por’ para indicar el tipo de perfil buscado, y que podría considerarse un caso de neología semántica específico de contextos sexoafectivos, con un precedente en las pintadas callejeras y de las letrinas (78-80).

(68) 22 cm de dotación aunque dicen que me mide mucho más

(69) pasivo 23cm

(70) HETERO21CM

(71) Hola+foto [‘«Hola» *más* foto’]

(72) versatil + pas [‘(Soy) versátil (aunque) *más* pasivo’]

(73) No + 25 [‘No *más* (de) 25 (años)’]

(74) +30. Sin depilar. [‘(Busco con) *más* (de) 30 (años) sin depilar.’]

(75) Si mides + de 1,80 m es un +. [‘Si mides *más* de 1,80 m, es un *plus*.’]

¹⁹ Considerado a menudo una abreviatura, debido a su escaso cuerpo gráfico, aunque propiamente es un símbolo, como se observa en la ausencia normativa de punto final o en su forma invariable en plural.



- (76) masc + ['masculinos, un *plus*']
- (77) Femeninos y trans de cualquier tipo un + ['Femeninos y trans de cualquier tipo, un *plus*']
- (78) masc x masc ['Masculino *por* masculino']
- (79) masc x igual ['Masculino *por* igual']
- (80) Masc x similar ['Masculino *por* similar']

Finalmente, y a medio camino entre la ortografía y la abreviación por economía gráfica a la que obliga la limitación de caracteres, otra peculiaridad propia del discurso digital, especialmente el empleado en las aplicaciones de interacción social, es el uso de grafías fonetizantes no normativas, como *w* en lugar de *gu* (*wapete*, en 81), *q* en lugar de *cu* (*Qlon*, en 82), *k* en lugar de *ca* (*masok*, en 83), o *g* y *t* en lugar de *je* y *te*, respectivamente (*ogt*, en 84). Se trata de una escritura fonética parcial intencionalmente no normativa, que, en el caso de *w*, *q* y *k*, por tratarse de letras de menor uso en español, resultan más directas visualmente, con lo que se consigue llamar la atención de manera más efectiva²⁰. Nos encontramos, por lo tanto, ante una elección estilística consciente, relacionada muy posiblemente con la recreación de la oralidad (Fernández de Molina, 2015, pp. 45 y 46), que, a la vez que permite ahorrar caracteres, actúa, en el nivel pragmático, como marca de informalidad, al tiempo que posibilita crear identidad de grupo (juventud, nativo digital, etc.), con lo que se trata de un nuevo caso de indexicalidad indirecta²¹.

- (81) moreno, *wapete*, buen cuerpo
- (82) XL*Qlon* x Trans
- (83) *Masok* para ya!!
- (84) Pasivo masculino, muy petero full, cruising, morbo, doy *ogt*.

Igualmente podríamos incluir aquí el uso de *k* en lugar de *que* (85), puesto que, pese a no haber fonetización, nos encontramos ante una abreviatura fonográfica no normativa propia del registro digital informal empleada por razones de economía, rapidez, expresividad y marcación grupal²². El empleo de una grafía que podría considerarse más “transgresora” (cf. *okupa*) aporta al enunciado “lo *k* surja” un tono informal y desenfadado que, desde el punto de vista pragmático, se corresponde con lo buscado por el emisor: prácticas sexuales sin compromiso. Se trataría, por lo tanto, de una escritura performativa que transmite improvisación, baja implicación emocional y disponibilidad abierta.

- (85) buscando morbo, pajas, mamadas... lo *k* surja

²⁰ Habría que distinguirlas de las faltas ortográficas vistas en el apartado anterior, puesto que, en este caso, son desviaciones voluntarias de la norma, de ahí que se haya propuesto para ellas el nombre de *heterografías* (Martínez de Sousa, 2024). Posteriormente, el término ha sido adoptado por otros autores en sus investigaciones sobre el estudio del discurso digital, como Mancera y Pano (2013) o Fernández de Molina (2015).

²¹ Cf. por ejemplo, a propósito de la función performativa de la indexicalidad indirecta, con los estudios de Chambers (2020 y 2022) sobre la desviación ortográfica consciente en un foro de mensajes en línea empleado por la comunidad homosexual estadounidense con el propósito de recrear la masculinidad asociada a un tipo de atleta joven caracterizado, entre otros factores, por su estupidez, y por el que se siente cierta atracción erótica.

²² Habría que pensar también en la primitiva equivalencia de *k* con *qu* en los antiguos SMS, según la práctica habitual de sustituir los dígrafos por un solo carácter (como *ch* por *x*) (Galán, 2007, p. 69; Fernández de Molina, 2015, p. 48).

5.3. Fenómenos léxico-semánticos

Por su parte, en el nivel léxico-semántico, son varios los rasgos que pueden destacarse. Uno de ellos es el empleo tanto de voces coloquiales como de vulgarismos y expresiones malsonantes, que, en ambos casos, pueden considerarse igualmente como marca de registro juvenil²³, informal o de oralidad fingida, buscada por este tipo de aplicaciones donde se pretende crear una sensación de cercanía e intimidad. Entre las voces coloquiales, encontramos: *birra*, *borde*, *cañero*, *cachondeo*, *colegueo* (derivado denominativo de *colega*), *colocado*, *condón*, *follamigo*, *guarro*, *guay*, *molar*, *morreo*, *polvo*, *porno*, *rollo*, *sudársela*, *tranquileo*, etc. También encontramos las locuciones verbales *a pelo* ‘sin preservativo’, *a saco*, *a tope* o *en bolas* (86-91).

- (86) No follo *a pelo*
- (87) Sólo tíos muy masculinos activos y *a pelo*.
- (88) No me gusta *a saco* las cosas. A veces pega mimos
- (89) Colegueo, birras... no voy *a saco*.
- (90) Pasivo en busca de activo, comer rabo *a tope*
- (91) Videojuegos *a tope*, juegos de mesa, anime, gym y escape rooms.

Por su parte, entre los vulgarismos y voces malsonantes, casi todas ellas del ámbito sexual, habida cuenta de la fuerza ilocutiva de buena parte de los perfiles, encontramos: *chuparla*, *comerla*, *correrse*, *culo*, *follar*, *lefar* ‘eyacular sobre una persona’, *mamada*, *mamar*, *mamón*, *paja*, *pajillero*, *polla*, *preñar*, *rabo*, *sudársela*, *verga*, etc. Muchas de estas voces obtienen su condición de término malsonante por resignificación de su contenido original, al adquirir nuevos significados propios del ámbito sexual que se aprecian por el contexto (como en 93). Recogemos algunos términos contextualizados en los siguientes ejemplos:

- (92) Persona casada y morbosos y que tengan la *polla* pequeña para que no duela
- (93) La *como* muy bien
- (94) A veces también el rollo pies, comer *culo*... Si vienes de hacer ejercicio te limpio el *rabo* sudado

Muy habituales son también los anglicismos crudos, con toda la connotación sociolingüística (pertenencia a grupo, marcador juvenil, etc.) que su uso implica: *express*, *full*, *full sex*, *fun*, *gay*, *gym*, *hot*, *kisses*, *now*, *safe*, *sex*, etc. También encontramos breves secuencias completas en inglés, como *Easy going*, *Stay wild* u *Only Safe*.

Diversos estudios han señalado la importante presencia de los anglicismos en español por parte de la población homosexual (Rodríguez González, 2008; Crespo y Luján, 2017; Engra,

²³ Lo cual tiene connotaciones positivas en una red social donde la juventud tiende a considerarse un valor añadido. Como señala López García (2020, p. 68) en su estudio, la juventud suele ser una de las características idealizadas entre parte de los hombres que buscan sexo con otros hombres, especialmente en el sujeto que tiende a desempeñar el rol de pasivo en el acto sexual. Cf. también Rodríguez González (2008, pp. 227 y 228). En DESEO, el gusto por la juventud se observa en los varios perfiles donde se menciona expresamente la búsqueda de *jóvenes* o *twinks*, así como, por otro lado, en el uso frecuente del emoji 🙅 seguido del símbolo + más una cifra para indicar que no se desea interactuar con alguien mayor de cierta edad.



2025; o Muñoz y Sánchez, 2026)²⁴, donde pueden desempeñar diversas funciones. Así, según señalan Crespo y Luján (2017, p. 91), pueden actuar como mecanismos de solidaridad y cohesión intragrupal entre la comunidad homosexual y como recursos destinados a atraer la atención sobre temas relacionados con la homosexualidad²⁵. Por otro lado, su uso en algunos casos puede estar vinculado con el deseo de prestigiar la homosexualidad y presentarla como un movimiento social y cultural influyente, dejando atrás su consideración tradicional como fenómeno marginal. Igualmente, su empleo en determinados casos puede responder a una búsqueda de prestigio, esnobismo o modernidad, especialmente cuando se recurre a formas inglesas para las que existe un equivalente en español (como en *gym*, *now* o muchos otros), con el objetivo de proyectar una imagen más moderna, juvenil, sofisticada o cosmopolita y, al mismo tiempo, captar la atención del interlocutor.

Algunos anglicismos aparecen adaptados fonográficamente a la pronunciación española, como *friki* < *freaky* o *plis* < *please*, lo cual es igualmente propio de registros digitales informales (chats, SMS, redes sociales o aplicaciones como Grindr)²⁶. En el caso de *plis*, una adaptación gráfica no normativa, puede considerarse igualmente un rasgo de la inmediatez comunicativa o la oralidad fingida, pues intenta representar la pronunciación real del habla informal. Se trata de un recurso que, al igual que otros anteriormente descritos, cumple simultáneamente varias funciones sociolingüísticas y pragmáticas, pues actúa como marca de informalidad (al ser propio de un registro relajado), de proximidad (al simular una conversación oral), de identidad generacional o digital (ya que puede asociarse a comunidades jóvenes o muy activas en internet) y de ludicidad lingüística (puesto que el hablante juega con la forma gráfica de la palabra inglesa, lo que contribuye a crear un ambiente distendido). Esto se aprecia especialmente en 95, donde *plis* atenúa la carga directiva del mensaje (el usuario busca interactuar únicamente con gente de su edad):

(95) Gente joven *plis*

Son igualmente frecuentes los anglicismos crudos relacionados con el sexo²⁷: *bareback* ‘relaciones sexuales sin preservativo’ (que encontramos en la forma abreviada *BB*), del inglés *bare back* (literalmente ‘espalda desnuda’), resemantizado en el argot sexual; *crossdresser* ‘práctica consistente en vestirse con ropa tradicionalmente asociada al sexo opuesto con una finalidad erótica’ (que encontramos también en la forma abreviada *CD*); *cruising* ‘encuentro sexual anónimo y rápido en sitio público (parque, bosque) o semipúblico (baño público)’, derivado de *cruise* ‘recorrer, cruzar’; o *top* ‘persona que en la práctica del sexo anal penetra a otra’, popularizado a finales del siglo pasado, junto con *bottom* ‘persona que en la práctica del sexo anal es penetrada por otra’, para referirse a los roles preferidos en una relación sexual. Estas voces aparecen contextualizadas en los siguientes ejemplos:

²⁴ En su estudio sobre los usos lingüísticos de la población juvenil LGTB+ en Madrid, Engra (2025, pp. 288 y 289) constata que, en la red social X, la presencia del inglés es especialmente frecuente entre los varones homosexuales, en quienes se concentra el 49 % de los ejemplos. Por edad, los menores de 30 años acumulan cerca del 69 % de los ejemplos. Así, señala esta autora que los datos parecen comprobar que “el inglés indexa significados sociales vinculados con la comunidad LGTB+, en los que los hablantes pueden apoyarse para posicionarse en relación con esta comunidad y construir sus identidades” (p. 494); estos significados derivarían posiblemente de valores como la modernidad o el cosmopolitismo.

²⁵ Algo similar han constatado Vriesendorp y Rutten (2017) entre la población homosexual flamenca. Estos autores señalan que el uso del inglés tiene unas connotaciones positivas, asociadas a la juventud y a la modernidad, lo que contribuye a construir una identidad gay moderna y no heteronormativa.

²⁶ Cf. los estudios de Bueno (2021) y Engra (2025), donde se constata la creación de neologismos en español derivados del inglés con una intencionalidad humorística o identitaria.

²⁷ Para un estudio más detallado de los diferentes tipos de anglicismos y sus funciones entre la población de habla española, cf. Rodríguez González, 2008; Crespo y Luján, 2017; o Muñoz y Sánchez, 2026.



- (96) No follo a pelo no *bb*
- (97) Busco travesti, trans o *CD*.
- (98) sexo en grupo, *cruising*
- (99) Busco *tops* experimentados

Al tratarse de un discurso digital, nos encontramos también con numerosos términos propios de este campo asociativo, en su mayoría procedentes igualmente del inglés, como *app*, *chat* u *online*. Otros, dentro del discurso digital, son específicos de las aplicaciones de contactos, como *nude* ‘fotografía sexualizada del propio cuerpo enviada con finalidad erótica’, usado como sustantivo; *next* ‘muestra de desinterés por aquellos usuarios que no cumplen ciertos requisitos’, empleado quizás con una función fática atenuada; o *tap* ‘llamada de atención pulsando un icono de la apantalla con el que se manifiesta interés por el perfil’, del inglés *tap* ‘golpe suave con el dedo’, traducida en ocasiones como *toque*. Aparecen contextualizados en los siguientes ejemplos:

- (100) Los *taps* me la sudan
- (101) No veo *taps*.
- (102) Pd: No mando *nudes*.
- (103) *Next* mayores

También encontramos los calcos semánticos *bloqueo* y *bloquear* ‘restringir por completo la interacción con otro usuario, impidiendo que tenga un nuevo acceso al perfil y releer o enviar mensajes’, del inglés *block* ‘bloquear’, así como el calco léxico *fotopolla* ‘fotografía en primer plano del pene’, quizás tomado por influencia del inglés coloquial *dick pic*, compuesto univocal con pérdida del elemento prepositivo: *foto de polla* (cf. *telaraña*, *hojalata*). Los registramos contextualizados en los siguientes ejemplos:

- (104) Si no te gusta lo que ves *bloquea* yo haré lo mismo
- (105) Si te van tipo 🐻 con tripa. De lo contrario *bloquea*.
- (106) NO RESPONDO perfiles de gente que no da la cara y *bloqueo* automáticamente.
- (107) Los “no mas de 35” me *bloqueais* por favor.
- (108) Si buscas sexo pasa de mi. *Fotopolla* = *bloqueo*.

Documentamos, asimismo, la locución verbal coloquial *dejar en visto* ‘leer un mensaje sin enviar respuesta’, neologismo propio de la comunicación digital.

- (109) Prefiero un “No eres lo que busco” o un bloqueo, que *dejar en visto*.

5.4. Fenómenos pragmático-discursivos

Como consecuencia de la economía gráfica obligada por la limitación de caracteres y, en menor medida, de la escritura rápida, es muy habitual la aparición de elipsis, en ocasiones extremas, con supresión de artículos, pronombres, conectores e incluso verbos. Se trata de una economía extrema, que podría definirse como un estilo telegráfico digital. Suele tratarse



de estructuras nominales o adjetivales condensadas que, en muchos casos, funcionan como etiquetas identitarias con alta densidad indexical, ya que no actúan simplemente describiendo, sino que clasifican al hablante dentro de un sistema de deseo (como en 110-113).

(110) Bi, Act, muy morbosos.

(111) Morbosos

(112) Masculino

(113) Pollón XL 🍆 + 🍷 🍷

En otras ocasiones, funcionan como actos ilocutivos implícitos, de máxima comprensión –y comprensión– informativa, donde nos encontramos con elipsis con recuperación inferencial obligatoria y especialización contextual del lexema o restricción del campo semántico. Esto se da especialmente en cuatro vocablos que en la aplicación han reducido su significado, que se ha especializado, normalmente con connotaciones sexuales: *ahora* y (*para*) *ya*, que indican la búsqueda de mantenimiento inmediato de relaciones sexuales (114-118); *foto(s)*, equivalente al requisito previo de contacto de usuarios con fotografía o a la solicitud de envío de fotografía (normalmente de rostro o, si ya es visible, del torso o los genitales) (119-121); y *sitio*, como voz neutra y genérica para designar espacio disponible para mantener relaciones sexuales, que, en función de la disponibilidad, puede ir precedido de las preposiciones *con* o *sin* (122-124).

(114) *Ahora* XL 🍆 🍷

(115) 🔥 *ahora*

(116) *ahora/now* ⬇️ 💧

(117) Alguien *ya*?

(118) 🔥 PAREJAYA 🔥

(119) Hola+*foto*

(120) *Fotos* o no habrá respuesta 😞

(121) *foto* de cara si no pasa a otro perfil

(122) Alguien para quedar y buen rollo. Sin *sitio*

(123) Soy pasivo con *sitio* pasarlo bien y buen rollo discreción

(124) Busco discreción 100% y satisfacer a un casado. Tengo *sitio*.

De fuerte componente inferencial es el ejemplo 125, donde el rechazo o la falta de interés por personas significativamente de mayor edad se manifiesta indirectamente a través de una implicatura conversacional de formulación humorística o ingeniosa. Al mismo tiempo, se mitiga parcialmente la descortesía presente en sentencias más directas del tipo “Mayores 25 🚫”, “+36 🚫” o “Next mayores”. Nos encontraríamos, por lo tanto, ante una inferencia pragmática compartida por la comunidad de uso de la aplicación, frecuente sobre todo a través de la variante “Padre ya tengo” y, en menor medida, de su réplica en sentido inverso, recogida en el ejemplo 126.

(125) Abuelo ya tengo

(126) HIJO YA TENGO

Registramos, asimismo, aunque en menor medida, construcciones analógicas o metafóricas, en ocasiones a través de emojis, posiblemente con una doble función, atenuadora a la vez que lúdica, lo que encaja bien con el tipo de situación comunicativa que predomina en la aplicación. Así, en los ejemplos 127-129, se emplea el término *globo*, de base metafórica, o el emoji correspondiente como forma de referencia coloquial al preservativo:

(127) Sin 🍷 globos no hay cumpleaños.

(128) Siempre con 🍷

(129) SEXO SEGURO 🍷

En el ejemplo 130, por su parte, se establece una analogía entre las hipotéticas parejas sexuales y el valor nominal de las monedas, con lo que hay una evaluación implícita del interlocutor. En primer lugar, nos encontramos con una estrategia de ambigüedad pragmática, pues, al tiempo que se inicia la secuencia con una negación explícita (“No estoy buscando sexo”), a continuación, se introduce una metáfora o analogía monetaria que relativiza esa negación y actúa como estrategia de selección o mitigación del deseo: moneda de 2 euros = interlocutor atractivo → alta probabilidad de encuentro sexual; moneda de 2 céntimos = interlocutor poco atractivo → baja probabilidad de encuentro sexual. De esta forma, el emisor comunica que solo reacciona sexualmente ante otros usuarios que considere atractivos. Se trata, igualmente, de una estrategia de autopresentación en la que se cumplen al mismo tiempo varias funciones identitarias: evitar parecer excesivamente sexualizado, mantener una posición selectiva y proyectar cierta ironía o humor. Al mismo tiempo, se trata de un acto de habla mitigado, una atenuación cortés, pues el fragmento final puede entenderse como una forma indirecta de rechazo preventivo ante hipotéticos requerimientos sexuales sin hacerlo de forma explícita. Por otro lado, parece que nos encontramos ante el uso del humor como mecanismo de posicionamiento, pues el tono metafórico introduce un humor ligero e irónico, lo que, a su vez, cumple dos funciones: suavizar la norma de selección y generar una imagen de personalidad, en este caso ingeniosa y desenfadada. En este sentido, también se podría estar jugando con la doble significación de los términos *parar* ‘tener una erección’ y *coger* ‘practicar el sexo’ en algunas variedades del español de América.

(130) No estoy buscando sexo. Pero tampoco voy por la calle buscando dinero, y si me encuentro una moneda de 2 euros me paro y la cojo. Si es de 2 céntimos no.

Por lo demás, no tienden a abundar las metáforas, posiblemente porque nos encontramos ante un tipo de texto muy asertivo, donde prima lo directivo, por lo que el emisor trata de ser intencionalmente directo y explícito²⁸. Registramos la forma abreviada *bibe* (de *biberón*) metáfora jocosa en alusión al sexo oral, y *рабо*, metáfora de base animal de tan largo uso que cae en lo disfémico, recogidas en los siguientes ejemplos:

(131) Con ganas de morbo y de *рабо* 😏 nos damos *bibe*? 😏

(132) Pasivo en busca de activo, comer *рабо* a tope

(133) buscando buen *рабо*

²⁸ A diferencia de lo que sucede en otro tipo de textos de intención erótica o donde abunda el léxico sexual, como en la poesía erótica (Marcet, 2016 y 2020) o en la publicidad de depilación de las zonas íntimas (Marcet, 2025).

5.5. Fenómenos extralingüísticos

Uno de los rasgos característicos del lenguaje digital a través de la telefonía inteligente y que se encuentra ampliamente registrado en Grindr, así como en otras aplicaciones de citas o redes sociales en general, es el uso de emojis²⁹. Procedente del japonés *emoji*, de e ‘dibujo’ y *moji* ‘carácter, signo de escritura’, se trata de una ‘pequeña imagen o icono digital que se usa en las comunicaciones electrónicas para representar una emoción, un objeto, una idea, etc.’ (DLE, s. v. *emoji*). Se trata, junto con los emoticonos, los GIF, los *stickers* y los memes, de lo que se ha denominado *graficón* (según la terminología propuesta en Vela y Cantamutto, 2024), entendido como todo signo gráfico o multimodal, en constante modificación y ampliación, que en la interacción digital escrita se utiliza para transmitir emoción o actitud y que favorece la negociación y el ajuste de las interpretaciones en los intercambios comunicativos.

Sus funciones, según recogen Vela y Cantamutto (2021), son muy variadas: expresar emociones, vehicular la información no verbal, gestionar el tono o fuerza ilocutiva, marcar estructuralmente la interacción, marcar cohesión grupal, adornar visualmente el texto o actuar como metáforas o metonimias con fines eufémicos o disfémicos. Pueden clasificarse en dos grandes subtipos: emojis corporales, que representan caras o partes del cuerpo (por ejemplo, 🤔) y que son funcionalmente cercanos a ciertos elementos de la comunicación no verbal, y los emojis figurativos, que representan aspectos de la vida cotidiana (por ejemplo, 🍔 🚗) y que son empleados como figuras retóricas de sustitución o con funciones más lúdicas o decorativas.

En DESEO, registramos el uso de los emojis con diversos valores:

- Actitud / estado anímico: 😬, 😊, 😞, 😭, 🐱, 🔥

- Ironía / atenuación: 😏, 😊, 🙈

- Partes del cuerpo: 🍆, 🍌, 🍑

- Masturbación: 🍆

- Sexo oral: 🍆, 🍌, 🍑

- Eyaculación: 💧

- Rol sexual: ⬆️, ⬇️, ⬆️ TOP

- Masoquismo: 🍆, 🍑

- Actitud sexual: 🍆, 🍑

- Identidad sexual o de género: 🏳️, 🏳️, 🦋

- Autoetiqueta comunitaria: 🐻, 🦊

- Restricción: 🚫, 🚫

(134) No mayores de 26 🚫

(135) 🚫 sin foto de cara

- Aceptación / aprobación: ✅

- Gestión de la fuerza ilocutiva: 🙏, 🙌, ❤️

²⁹ Existe una interesante bibliografía al respecto, como los extensos estudios de Danesi (2016), Evans (2017) y Vela y Cantamutto (2021), a los que pueden sumarse la tesis doctoral de Sampietro (2016) y los estudios de Cantamutto y Vela (2019), Vela (2020) y Vela y Cantamutto (2024), o el de Casañ-Pitach (2020) para el caso específico del uso de emojis en los perfiles de aplicaciones de contacto.

(136) 🙏 Leer perfil

(137) Sin hola 👍 con hola ❤️

-Valor referencial: 📷, 🗣️, 📱

6. CONCLUSIONES

El análisis de las primeras muestras del corpus DESEO, presentado a lo largo de estas páginas, permite poner de manifiesto la clasificación de los perfiles de las aplicaciones de contactos como un nuevo subgénero de texto breve digital, pues poseen unas características muy marcadas y una intención comunicativa muy concreta.

A causa de la inmediatez comunicativa y de la sensación de “intimidad” que rodea la interacción lingüística en redes sociales, especialmente entre los usuarios más jóvenes y los nativos digitales, se produce una cierta relajación o suspensión de la necesidad de seguir las convenciones tradicionales. Ello se traduce en la dejadez o quebrantamiento bastante sistemático de muchas reglas ortográficas, en especial las que atañen a la acentuación, la puntuación o el uso de la mayúscula. Estas suspensiones de la norma no pueden interpretarse únicamente como consecuencia de la rapidez de la escritura o de las limitaciones técnicas del medio, sino que deben entenderse en muchos casos como estrategias discursivas de marcación sociocomunicativa (juventud, sexualidad, etc.), mediante las cuales los hablantes construyen y proyectan una determinada imagen de sí mismos, el *ethos* digital, ante una audiencia potencial de usuarios con los que interactuar.

Los datos recogidos en DESEO ofrecen, asimismo, numerosos ejemplos propios del discurso digital contemporáneo propio de las redes sociales, tales como la oralización de la escritura, la economía gráfica, la elipsis estructural, la intensificación paralingüística o la integración de elementos multimodales. Al mismo tiempo, revelan la existencia de un repertorio bastante recurrente de recursos pragmáticos con los que los usuarios de la aplicación Grindr pueden expresar de manera rápida y eficaz sus preferencias y expectativas en cuanto al sexo. En este sentido, consideramos que el término propuesto de *sextimidad* resulta muy pertinente para describir la exhibición semipública de la sexualidad en entornos digitales, que en los perfiles analizados se manifiesta mediante una combinación de explicitud léxica, economía expresiva y condensación sintáctica.

Consideramos, por todo ello, que la creación del corpus DESEO puede abrir nuevas puertas para el estudio lingüístico de las prácticas comunicativas en entornos digitales contemporáneos. Su ampliación futura permitirá abordar con mayor profundidad cuestiones relacionadas con la variación sociolingüística, la construcción discursiva de la identidad y las dinámicas pragmáticas del deseo en la comunicación digital, contribuyendo así a ampliar el campo de investigación de este ámbito emergente dentro de los estudios del análisis del discurso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahlm, J. (2017). Respectable promiscuity: digital cruising in an era of queer liberalism. *Sexualities*, 20(3), 364-379. <https://doi.org/10.1177/1363460716665783>.
- Alonso, M. (2026, 17 de febrero). “Hay gente en Grindr que hace mucho daño”: Cómo una aplicación moldeó la vida sexual de una generación. *El País*. <https://english-elpais-com.translate.google/>



- lifestyle/2026-02-17/there-are-people-on-grindr-who-do-a-lot-of-harm-how-an-app-shaped-the-sex-life-of-a-generation.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sge.
- Ariza, S. (2018). “Las plumas son para las gallinas”: masculinidad, plumofobia y discreción entre hombres. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, LXXIII(2), 453-470. <https://doi.org/10.3989/rntp.2018.02.009>.
- Arredondo Rodríguez, A. (2020). *Construcción de las masculinidades en hombres gays que usan Grindr* [Tesis para obtener el título profesional de Licenciado, inédita, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17597>.
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. Siglo Veintiuno Editores.
- Batiste, D. P. (2013). “0 Feet Away”: The Queer Cartography of French Gay Men’s Geo-Social Media Use. *Anthropological Journal of European Cultures*, 22(2), 111-132. <https://doi.org/10.3167/ajec.2013.220207>.
- Blackwell, C., Birnholtz, J. y Abbott, C. (2015). Seeing and Being Seen: Co-Situation and Impression Formation Using Grindr, a Location-Aware Gay Dating App. *New Media and Society*, 17(7), 1117-1136. <https://doi.org/10.1177/1461444814521595>.
- Bogetić, K. (2015). Normal straight gays: Lexical collocations and ideologies of masculinity in personal ads of Serbian gay teenagers. *Gender & Language*, 7(3), 333-367. <https://doi.org/10.1558/genl.v7i3.33>.
- Bonner-Thompson, C. (2017). “The Meat Market”: Production and Regulation of Masculinities on the Grindr Grid in Newcastle-upon-Tyne, UK. *Gender, Place and Culture*, 24(11), 1611-1125. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1356270>.
- British Association for Applied Linguistics. (2021). *Recommendations on good practice in applied linguistics*. <https://www.baal.org.uk/wp-content/uploads/2021/03/BAAL-Good-Practice-Guidelines-2021.pdf>.
- Bueno Ruiz, P. J. (2021, 6-8 de octubre). “Señoros e irrelevantas”: Dinamicidad terminológica en Twitter a través de la morfología [comunicación]. II Congreso Internacional de Estudios Interdisciplinarios LGTBIQ+ en Español. Madrid, España.
- Caballero Gálvez, A. A. (2021). Masculinidades virtuales. Un estudio comparado del cuerpo gay a través de Grindr y Tinder. *Estudios LGTBIQ+. Comunicación y Cultura*, 1(1), 91-101. <https://doi.org/10.5209/eslg.75394>.
- Caballero Gálvez, A. A. y Herrero Jiménez, B. (2017). Representaciones de género en las redes móviles de contactos. *Revista Prisma Social*, N.º especial 2, 31-56. <https://revistaprismasocial.es/ps/article/view/1549>.
- Cantamutto, L. (2023). Estilo digital, lenguaje juvenil y gestión de vínculos: del lenguaje SMS al modo sticker. *Revista Argentina de Investigación Educativa*, 3(5), 199-225. <https://portalrevistas.unipe.edu.ar/index.php/raie/article/view/220>.
- Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2016). El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 296-323. <https://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/cvela2.pdf>.
- Cantamutto, L., y Vela Delfa, C. (2019). Interpretación de emojis en interacciones digitales en español. *Lenguas Modernas*, 54, 29-47. <https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/56845>.
- Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2020). Mensajes, publicaciones, comentarios y otros textos breves de la comunicación digital. *Tonos Digital*, 38, 1-27. <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2394>.
- Caraballo Correa, P. (2024). Grindr como campo de investigación de lo digital. Apuntes autoetnográficos. En I. Palazuelos Rojo, H. Méndez Fierros y C. Fernández Huerta (coords.),



- Etnografías digitales: Aproximaciones etnográficas en la era de la hipermediatización digital* (pp. 105-130). Universidad Autónoma de Baja California – Astra Editorial.
- Cassany, D. (2015). Las ortografías en Internet: exploración, datos y reflexiones. En E. T. Montoro del Arco (Dir.), *Estudios de ortografía del español* (pp. 13-26). Axac.
- Casañ-Pitach, R. (2020). The power of emoji for profile descriptions on dating apps. *Lenguas Modernas*, 56, 27-42. <https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/61508/65204>.
- Chambers, E. (2020). “Thaz how u kno ur dum”. Jock identity and orthographic play on a male erotic hypnosis messageboard. *Journal of Language and Sexuality*, 9(2), 179-201. <https://doi.org/10.1075/jls.19020.cha>.
- Chambers, E. (2022). “You’re in the Gym to BUILD IT BIG, Not Have Social Hour”: Performing Dumb-Jock Masculinity on a Male Erotic Hypnosis Messageboard. En C. Cutler, M. Ahmar y S. Bahri (Eds), *Digital Orality* (pp. 219-250) Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10433-6_8.
- Couto, W., Morelli, F., Galindo, D. y Lemos de Souza, L. (2016). Práticas sexuais em geolocalização entre homens: corpos, prazeres, tecnologias. *Athenea Digital*, 16(2): 169-193. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1621>.
- Crespo-Fernández, E., y Luján-García, C. (2017). Anglicisms and word axiology in homosexual language. *Revista Española de Lingüística Aplicada/Spanish Journal of Applied Linguistics*, 30(1), 74-103. <https://doi.org/10.1075/resla.30.1.04cre>.
- Cuevas Gómez, M. E. (2023). Grindr, la imagen mediatizada de relaciones personales. En K. Álvarez Díaz (Coord.), *Educación, comunicar, sociabilizar en la heterogeneidad* (pp. 1027-1044). Dykinson.
- Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji. The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. Bloomsbury.
- Díaz Ledesma, L., Garzaniti, R., y Navarro Martínez, E. (2023). Entre el amor romántico y el policonsumo de cuerpos: aproximaciones a las trayectorias erótico-afectivas y lógicas de homosocialización en usuarixs de Grindr. *Mora (Buenos Aires)*, 29(1), 135-154. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-001X2023000100009&lng=es&nrm=iso&tlng=es.
- Eggins, S. y Martín, J. (2000). Géneros y registros del discurso. En T. van Dijk (Ed.), *El discurso como estructura y proceso* (pp. 335-371). Gedisa.
- Engrá Minaya, S. (2025). *La construcción de la identidad en la población joven LGBTQ+ de la Comunidad de Madrid: usos lingüísticos* [Tesis doctoral inédita, Universidad de Alcalá]. Repositorio institucional de la Universidad de Alcalá. <http://hdl.handle.net/10017/65328>.
- Enguix, B. y Gómez Narváez, E. (2018). Masculine Bodies, Selfies, and the (Re)Configurations of Intimacy. *Men and Masculinities*, 21(1), 112-130. <https://doi.org/10.1177/1097184X17696168>.
- Esponda Pérez, J. A. y Marroquín Figueroa, J. M. (2024-2025). Usos y experiencias en las aplicaciones de encuentro de la comunidad LGBTTTIQ+ de Chiapas, México. *Paakat. Revista de Tecnología & Sociedad*, 14(27). <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/883>.
- Estrada Arráez, A. y De Benito Moreno, C. (2016). Variación en las redes sociales: datos twilectales. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 28, 77-111.
- Evans, V. (2017). *The Emoji Code. How Smiley Faces, Love Hearts and Thumbs Up are Changing the Way We Communicate*. Michael O'Mara Books Limited.
- Fernández de Molina Ortés, E. (2015a). La interacción lingüística en las redes sociales: aspectos ortográficos. En E. T. Montoro del Arco (Dir.), *Estudios de ortografía del español* (pp. 39-51). Axac.
- Fernández de Molina Ortés, E. (2015b). Oralidad y escritura en la red: testimonios de (orto)grafía regional en un corpus de Twitter. *Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 29, 81-103. <https://doi.org/10.14198/ELUA2015.29.04>.
- Galán Rodríguez, C. (2007). Cncta kn nstrs: los SMS universitarios. *Revista de Estudios de Juventud*, 78, 63-74.



- García-Gómez, A. (2020). Discursive representation of masculinity and femininity in Tinder and Grindr: hegemonic masculinity, feminine devaluation and femmephobia. *Discourse & Society*, 31(4), 390-410. <https://doi.org/10.1177/0957926520903523>.
- Gómez Beltrán I. (2017). Resistencias estratégicas a la feminidad masculina en aplicaciones móviles (app) de contacto homosexual entre varones: “las plumas a otro lado”. *Arte y Políticas de Identidad*, 15(15), 137-154. <https://doi.org/10.6018/284461>.
- Gómez Beltrán, I. (2019). Grindr y la masculinidad hegemónica: aproximación comparativa al rechazo de la feminidad. *Estudios Sociológicos de El Colegio De México*, 37(109), 39-68. <https://doi.org/10.24201/es.2019v37n109.1644>.
- Gómez Canseco, E. (2018). La sexualidad en Grindr: la perspectiva de sus usuarios. En B. Puebla Martínez, S. Magro Vela y R. Rubira García (Eds.), *Comunicación y cultura en los nuevos contextos mediáticos* (pp. 79-98). Egregius. <https://drive.google.com/file/d/126PjR33RR7lOFRoE9esupkYDp9pTHvYV/view>.
- Gutiérrez García, A. (2012). Prostitución y trata de seres humanos con fines de explotación sexual. Análisis de la situación actual a través de los anuncios de contactos. En I. Vázquez Bermúdez (Coord.), *Investigación y género. Inseparables en el presente y en el futuro: IV Congreso Universitario Nacional “Investigación y Género”* (pp. 829-842). Universidad de Sevilla. <http://hdl.handle.net/11441/39943>.
- Hernando, P. (2026, 4 de febrero). Jamás se ha ligado tanto por Internet en España, pero hay diferencias clave entre género, edad y hasta ocupación laboral. *La Razón*. https://www.larazon.es/tecnologia-consumo/plataformas-para-ligar-mas-usadas-espana-2026-sexo-edad-trabajo_20260204698336eb2f00a04688f715aa.html.
- Jaspal, R. (2017). Gay Men’s Construction and Management of Identity on Grindr. *Sexuality and Culture*, 21(1), 187-204. <https://doi.org/10.1007/s12119-016-9389-3>.
- Jiménez Gómez, J. J. y Vela Delfa, C. (2005). La escritura electrónica: ¿progreso o decadencia? *Interlingüística*, 16(2), 621-630.
- Libenson, M. (2018). La argumentación denegativa del yo. El discurso de perfil en aplicaciones para encuentros íntimos. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13(1), 111-135. <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2828>.
- López García, R. (2020). *La construcción discursiva de la identidad homosexual en la aplicación móvil Grindr en Lima* [Tesis para obtener el título profesional de Licenciado, inédita, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/items/a8b3589e-a584-4a04-9e4a-5960ef70ea98>.
- López García, R. (2023). Entre el deseo y el desprecio: discurso, identidad y masculinidades venezolanas en la aplicación Grindr usada en Lima. En M. Jaime (Ed.), *Masculinidades en el Perú. Subjetividades, culturas y agencias* (pp. 235-268). Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/194150>.
- López Quero, S. (2013). La conversación escrita en internet: caracterización pragmatolingüística. *Sintagma*, 25, 77-92. <https://raco.cat/index.php/Sintagma/article/view/292640>.
- Lozano Bruitago, A. F. (2025). Teorías sociales y Grindr: Reflexiones sobre poder, género y sexualidad. *Cuadernos del Centro de Estudio en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 250, 79-104. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi250.12102>.
- Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2013). *El español coloquial en las redes sociales*. Arco Libros.
- Maracci, J., Martins, B., Bones, K. y Pizzinato, A. (2019). Image, body, and language in the usage of Grindr. *Psicología USP*, 30, 1-11. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-6564e180160>.
- Marcet Rodríguez, V. J. (2016). El léxico erótico en la literatura de los siglos XVIII y XIX: los órganos sexuales. En M. Quirós, J. R. Carriazo, E. Falque y M. Sánchez (Eds.), *Etimología e historia en el léxico español* (pp. 537-558). Peter Lang.



- Marcet Rodríguez, V. J. (2020). El léxico erótico en la poesía dieciochesca y decimonónica: selección de voces. *Cuadernos del Instituto Historia de la Lengua*, 13, 189-215. <https://doi.org/10.58576/cilengua.vi13.30>.
- Marcet Rodríguez, V. J. (2025). Mecanismos para la denominación de los genitales en la publicidad de depilación masculina. En A. Agüete, L. Domínguez y L. Fernández (Coords.), *Filología e innovación: aproximaciones lingüísticas, literarias y culturales* (pp. 371-394). Visor.
- Marcet Rodríguez, V. J. (en prensa). Cuando el tamaño importa: valores del aumentativo, el diminutivo y otros sufijos en la aplicación de contactos homoeróticos Grindr. En C. V. Álvarez Rosa, G. B. Garrido Vilchez y C. Martín Gallego (Eds.), *Lengua y discurso: estudios lingüísticos, culturales y literarios*. Tirant lo Blanch.
- Marentes, M. (2023). Tecnologías de levante y circuitos eróticos. Usos de Grindr entre varones gays del Área Metropolitana de Buenos Aires. *Mora (Buenos Aires)*, 29(1), 115-134. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-001X2023000100008&lng=es&nrm=iso&tlng=es.
- Martínez de Sousa, J. (2014). *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Trea.
- Meneses-Falcón, C., Uroz-Olivares, J. y Rúa-Vieites, A. (2017): Flyers y anuncios de servicios sexuales en Madrid. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 145-164. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1158>.
- Miles, S. (2017). Sex in the Digital City: Location-Based Dating Apps and Queer Urban Life. *Gender, Place and Culture*, 24(11), 1595-1610. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1340874>.
- Miller, B. (2015). "Dude, Where's Your Face?" Self-Presentation, Self-Description and Partner Preferences on a Social Networking Application for Men Who Have Sex with Men: A Content Analysis. *Sexuality and Culture*, 19(4), 637-658. <https://doi.org/10.1007/s12119-015-9283-4>.
- Miller, C. R. (1984). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*, 70, pp. 151-67.
- Montero, A. S. (2012). Los usos del ethos. Abordajes discursivos, sociológicos y políticos. *Rétor. Asociación Argentina de Retórica*, 2(2), 223-242. <http://www.aaretorica.org/revista/index.php/retor/article/view/154>.
- Motschenbacher, H. (2022). *Linguistic Dimensions of Sexual Normativity. Corpus-Based Evidence*. Routledge.
- Muñoz García, A., y Sánchez Fajardo, J. A. (2026). The Anglicization of LGBTQ+ Slang in Spanish: Typology and Pragmatic Motivations. *Journal of English Studies*. <https://doi.org/10.18172/jes.6863>.
- Narvaja, M. E. y De Piero, J. L. (2016). Prácticas juveniles íntimas: sexting y vlogging. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 239-270. <https://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/narvaja.pdf>.
- Navarro-Carrascosa, C. (2019). Lengua e identidad: la construcción de las masculinidades homosexuales en el discurso. En M. Sánchez Ibáñez, M. Fernández Cano, A. Pérez Bernabeu y S. Fernández de Pablos (Coords.), *Maricorners: Investigaciones queer en la Academia* (pp. 59-85). Egales. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/74625>.
- Ochs, E. (1992). Indexing gender. En A. Duranti y C. Goodwin (Eds), *Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon* (pp. 335-358). Cambridge University Press.
- Parra, L. y Obando, A. (2019). De armarios virtuales a campos digitales de exterminio: interseccionalidad de Grindr fábrica de gaycidad chilena. *Comunicación y Medios*, 40, 98-113. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.54008>.
- Pérez Bowie, J. A. (2001). Cómo se vende el sexo (la dimensión ficcional de los mensajes de "relax" del diario *El País*. En J. A. Bartol Hernández, S. Crespo Matellán, C. Fernández Juncal, C. Pensado, E. Prieto de los Mozos y M. N. Sánchez González de Herrero (Eds.), *Nuevas aportaciones al estudio de la lengua española. Investigaciones filológicas* (pp. 435-443). Luso-Española de Ediciones.
- Plaza Vidalón, S. A. (2020). "¿Qué estoy buscando?": las motivaciones, interacciones e identidad de los usuarios de Grindr en Lima, Perú [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en



- Comunicación]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/11791>.
- Plaza Vidalón, S. A., y Mateus, J. C. (2022). Una exploración a las motivaciones e interacciones de los usuarios de Grindr en Lima, Peru. *Diffractions*, 5, 99-142. <https://doi.org/10.34632/diffractions.2022.10193>.
- Pujante Sánchez, D. (2003). *Manual de retórica*. Castalia.
- Race, K. (2015). Speculative pragmatism and intimate arrangements: online hook-up devices in gay life. *Culture, Health & Sexuality*, 17(4), 496-511. <https://doi.org/10.1080/13691058.2014.930181>.
- Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed. [versión 23.8.1 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [Fecha de la consulta: 30/03/2026].
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento General de Protección de Datos). *Diario Oficial de la Unión Europea*, L 119, 1-88. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>.
- Reynolds, C. (2015). "I am super straight and I prefer you be too": Constructions of heterosexual masculinity in online personal ads for "straight" men seeking sex with men. *Journal of Communication Inquiry*, 39(3), 213-231. <https://doi.org/10.1177/0196859915575736>.
- Robinson, B. A. (2015). "Personal Preference" as the New Racism. *Sociology of Race and Ethnicity*, 1(2), 317-330. <https://doi.org/10.1177/2332649214546870>.
- Rodríguez González, F. (2008). Anglicisms in Spanish male homosexual terminology. En R. Fischer & H. Pułaczewska, *Anglicisms in Europe: Linguistic diversity in a global context* (pp. 247-273). Cambridge Scholars Publishing. <http://hdl.handle.net/10045/19444>.
- Ruani, R. M., Couto Junior, D. R. y Brito, L. T. de (2021). Sentidos de masculinidades disidentes através do uso do emoji de berinjela no Grindr. *INTERthesis*, 18, 1-20. <https://doi.org/10.5007/1807-1384.2021.e73385>.
- Sabater Fernández, C. (2014). La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en Internet. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 61, 1-32. <https://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/csabater.pdf>.
- Saiz García, T. (2017). *Desmontando GRINDR. Usos, percepciones e implicaciones de la plataforma de contactos hombre-hombre* [Trabajo de fin de máster, inédito, Universidad Politécnica de Madrid]. Repositorio institucional de la Universidad Politécnica de Madrid. <https://oa.upm.es/63781/>
- Sampietro, A. (2016). *Emoticonos y emojis: análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual* [Tesis Doctoral]. Universidad de Valencia, Valencia.
- Shield, A. D. (2018). Grindr culture: Intersectional and socio-sexual. *Ephemera. Theory & Politics in Organization*, 18(1), 149-161. <https://ephemerajournal.org/contribution/grindr-culture-intersectional-and-socio-sexual>.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Shuckerow, D. (2014). *Take Off Your Masc: The Hegemonic Gay Male's Gender Performance on Grindr* [Trabajo de fin de licenciatura, Columbia College Chicago]. Repositorio institucional de Columbia College Chicago. https://digitalcommons.colum.edu/cultural_studies/10.
- Valle Prado, M. del (2021). Homo sensualis y selfies: Narrativas de la seducción en la semiosis digital. *Ñeatá*, 2, 26-39. <https://doi.org/10.30972/nea.205586>.
- Vela Delfa C. (2020). Una aproximación semiótica al estudio de los emojis. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 84, 153-165. <https://doi.org/10.5209/clac.69723>.
- Vela Delfa, C. y Cantamutto, L. (2021). *Los emojis en la interacción digital escrita*. Arco/Libros.
- Vela Delfa, C. y Cantamutto, L. (2024). Del emoticono al sticker: tendencias en el uso de graficones en interacciones de WhatsApp en lengua española. *Lengua y Sociedad*, 23(2), 777-790. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v23i2.27113>.



- Vriesendorp, H., y Rutten, G. (2017). 'Omg zo fashionably english': Codeswitching to English as an identity practice in the chatspeak of Dutch young gay men. *Taal En Tongval*, 69(1), 47-70. <https://doi.org/10.5117/TET2017.1.VRIE>.
- Ward, J. (2015). *Not Gay: Sex Between Straight White Men*. New York University Press.
- Yalta, E. y Nieto C. G. (2023). Léxico sexual en la aplicación de citas en línea Grindr: propuesta lexicográfica y proceso de formación de palabras. *Lengua y Sociedad. Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 22(2), 591-615. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v22i2.24456>.
- Yeo, T. E. D. y Fung, T. H. (2018). "Mr Right Now": Temporality of Relationship Formation on Gay Mobile Dating Apps. *Mobile Media and Communication*, 6(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/2050157917718601>.



PERFIL ACADÉMICO-PROFESIONAL

Vicente J. Marcet Rodríguez es licenciado en Filología Hispánica y en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada por la Universidad de Salamanca, donde también obtuvo el título de doctor en 2007 y donde ocupa en la actualidad el puesto de Profesor Titular de Universidad, en el Departamento de Lengua Española. Completó sus estudios de doctorado en la Freie Universität de Berlín y en la University of Wisconsin-Madison. Asimismo, ha sido profesor e investigador invitado en otras universidades de Estados Unidos, Alemania, Francia, Italia, Letonia, Portugal y Suiza. Entre sus principales líneas de investigación se encuentran la dialectología, la lingüística histórica y la didáctica de la lengua y la literatura.