

Trayectoria evolutiva del tratamiento social para mujeres jóvenes “xiǎojiě” en China y su interacción con el contexto mediático: un análisis diacrónico (1912-2024)

Yan WenjunUniversidad de Estudios Internacionales de Shanghái **Cao Yufei**Universidad de Estudios Internacionales de Shanghái <https://dx.doi.org/10.5209/hics.104423>

Recibido: 10 de octubre de 2025 • Aceptado: 24 de enero de 2026

ES Resumen. Este artículo se centra en la evolución semántica del tratamiento social femenino “xiǎojiě” (小姐) en China entre 1912 y 2024, así como su difusión y reconstrucción en distintos contextos mediáticos. Basado en el enfoque del Análisis Histórico del Discurso, el estudio construye un corpus diacrónico propio que integra diversos tipos de textos procedentes de distintos contextos mediáticos. Mediante el uso de AntConc, se analizaron las palabras coocurrentes y su frecuencia para investigar las estructuras del tratamiento y las estrategias discursivas. Los resultados obtenidos muestran cambios significativos en los ámbitos de uso y en el contenido semántico, reflejando la interacción entre estructura social, tecnología mediática e ideología de género, y evidenciando el papel de los medios en la regulación de los tratamientos femeninos y en la reconstrucción de sus significados.

Palabras clave: tratamiento femenino; análisis histórico del discurso; discurso mediático; ideología de género; recontextualización mediática.

ENG The evolutionary trajectory of social treatment of young women “Xiǎojiě” in China and its interaction with the media context: A diachronic analysis (1912–2024)

Abstract. This article focuses on the semantic evolution of the female social address term “xiǎojiě” (小姐) in China between 1912 and 2024, as well as its dissemination and reconstruction in different media contexts. Based on the Discourse-Historical Approach, the study builds a self-compiled diachronic corpus that integrates various types of texts from diverse media environments. Co-occurring words and their frequency were analyzed by using AntConc, to examine the address structures and discursive strategies. The findings reveal significant changes in usage domains and semantic content, reflecting the interaction between social structure, media technology, and gender ideology, and highlighting the role of the media in regulating female forms of address and reconstructing their meanings.

Keywords: female address; discourse-historical analysis; media discourse; gender ideology; media recontextualization.

Sumario: 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Marco teórico y metodología. 3.1. Marco teórico. 3.2. Metodología. 4. Análisis de investigación por etapas. 4.1. Primera etapa (1912-1948): La estructuración del término y la distinción de clase. 4.2. Segunda etapa (1949-1978): Reinterpretación clasista y desvinculación del término con el género femenino. 4.3. Tercera etapa (1979-2000): Resemantización y fragmentación discursiva en el giro hacia el consumo. 4.4. Cuarta etapa (2001-2024): Diferenciación semántica de “xiǎojiě” y auge afectivo de “xiǎojiějiě” en el contexto digital. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

Cómo citar: Wenjun, Y. & Yufei, C. (2026). Trayectoria evolutiva del tratamiento social para mujeres jóvenes “xiǎojiě” en China y su interacción con el contexto mediático: un análisis diacrónico (1912-2024). *Historia y Comunicación Social* 31(1), 45-56.

1. Introducción

En el contexto sociocultural chino, los tratamientos no se limitan a funcionar como herramientas comunicativas, sino que también actúan como mecanismos de construcción identitaria, reflejando la evolución en las

estructuras de género y de las ideologías dominantes en el tiempo. La elección de los tratamientos sociales está profundamente condicionada por factores como la jerarquía social, la ideología política, las estructuras institucionales y la moral dominante (Fu & Li, 2023). Estos tratamientos desempeñan una función referencial en el plano lingüístico, y al mismo tiempo, codifican de forma compleja los roles sociales de los individuos y las dinámicas de sus relaciones. En el presente estudio, seleccionamos el término de tratamiento femenino “xiǎojiě” (小姐) como objeto de investigación. Dicho término, una forma de dirigirse socialmente a mujeres jóvenes en el contexto chino, posee una larga tradición y gran difusión en la lengua china, y sus connotaciones semánticas y afectivas han experimentado transformaciones significativas en las últimas décadas (Zhang, 2006). En la década de 1950, el *Diario del Pueblo* promovía el uso del término “tóngzhì” (同志, camarada) para construir una imagen colectiva de las mujeres trabajadoras, mientras que en la década de 2020, plataformas como Xiǎohóngshū (小红书, versión china de Rednote) o Dǒuyīn (抖音, versión china de TikTok) popularizaron el uso de “xiǎojiě” (小姐) para expresar narrativas afectivas y categorizadas. Este cambio refleja una transformación profunda de las estructuras sociales y la reproducción de los discursos de género (Jiang, 2014; Pan, 2024).

En este proceso de evolución de los tratamientos sociales, los medios de comunicación son actores activos en la construcción y amplificación de los discursos de género. Como canales de transmisión de información, los medios se han convertido en espacios cruciales para la configuración de identidades, la formación de memorias colectivas y la negociación del significado social (Vergara-Leyton et al., 2024). La producción y difusión del discurso están siempre inmersas en la interacción compleja entre estructuras sociales, fuerzas políticas y entornos mediáticos (Wodak, 2015). El análisis de la evolución de los tratamientos femeninos requiere tanto un enfoque lingüístico como una comprensión situada en el contexto macroestructural, donde convergen el Estado, el mercado y la tecnología. El presente estudio analiza la evolución semántica del tratamiento “xiǎojiě” (小姐) en distintos contextos históricos y mediáticos, así como su papel en la reconfiguración de las lógicas discursivas y de poder de género.

2. Estado de la cuestión

Como primer vínculo de las relaciones sociales, los tratamientos son marcadores clave del estatus social y las ideologías culturales de los interlocutores. Desde una perspectiva sociolingüística, el lenguaje transmite información cultural y refleja procesos de reconstrucción identitaria e ideológica (Li, 2010). En este cruce entre lengua y estructura social, los tratamientos se convierten en una vía crucial para comprender las relaciones interpersonales y la jerarquía social (Sun et al., 2013: 2-3).

El estudio de los tratamientos tiene una larga tradición. Ya en los periodos de los Reinos Combatientes y la dinastía Han, el glosario enciclopédico clásico *Erya-Shiqin* clasificaba sistemáticamente los tratamientos de parentesco (Fu & Li, 2023). El tratamiento “xiǎojiě” (小姐) tiene sus orígenes en la dinastía Song y ha perdurado a lo largo de un milenio hasta la actualidad (Xu, 2012). Con el auge de la sociolingüística moderna, el tratamiento, considerado como espejo de la cultura (Gołabek, 2015), se consolidó como objeto de análisis académico. Se han desarrollado estudios exhaustivos sobre los tipos y la selección de tratamientos, sus funciones pragmáticas y estrategias de cortesía (Mazzon, 2010; Culpeper et al., 2017). Braun (2012) analizó la influencia de factores como la clase social, la relación interpersonal y el género en la elección de tratamientos. Holmes y Meyerhoff (2014) subrayaron que el lenguaje es el medio fundamental para la construcción de la identidad de género, lo cual ha influido profundamente en las investigaciones posteriores.

Ross (2020) señaló que los medios de comunicación de masas tienden a reducir a la mujer al consumo simbólico, consolidando los estereotipos de género. En la era digital, los algoritmos de las plataformas y la lógica comercial influyen profundamente en la producción y circulación de los discursos de género. Las redes sociales, al reconfigurar la identidad femenina mediante sus mecanismos de difusión, amplifican aún más los estereotipos al priorizar contenidos de “alta tasa de clics” y “alta difusión” (Bucher, 2018). En el contexto de los medios integrados, ciertos tratamientos se convierten en etiquetas o recursos de tráfico en escenarios específicos (Xu, 2016), mientras que la lógica algorítmica redefine la visibilidad del contenido y el poder discursivo, convirtiéndose en un nuevo intermediario en la producción de discursos de género (Gillespie, 2014).

Aunque investigaciones previas han revelado la evolución de los tratamientos desde las perspectivas lingüísticas y mediáticas, persisten ciertas limitaciones. En primer lugar, la mayoría se enfoca en etapas o plataformas específicas, careciendo de una perspectiva diacrónica sistemática y de un análisis intermedial. Además, se ha prestado poca atención al papel que desempeñan los algoritmos de las redes sociales en el proceso de cambio semántico de los tratamientos. El presente estudio propone tomar el término “xiǎojiě” (小姐) como objeto de análisis, construir un corpus dividido en cuatro etapas históricas y llevar a cabo un análisis sistemático de la evolución semántica e ideológica de este tratamiento en diversos contextos mediáticos.

3. Marco teórico y metodología

3.1. Marco teórico

Este estudio adopta el Análisis Histórico del Discurso (Discourse-Historical Approach, DHA) como marco teórico, con el objetivo de revelar la evolución semántica y los mecanismos ideológicos en torno al tratamiento femenino “xiǎojiě” (小姐) en el discurso mediático y la estructura social de China durante el último siglo. El DHA sostiene que toda práctica lingüística está inserta en contextos sociales, históricos y políticos específicos (Reisigl, 2017; Reisigl & Wodak, 2001; 2016). Esta perspectiva destaca la historicidad del lenguaje y promueve una reconstrucción contextual e histórica sobre la base del análisis textual, con el fin de revelar las relaciones de poder, la construcción identitaria y las estructuras ideológicas presentes en el discurso.

(Wodak, 2015; Wodak & Meyer, 2016). Basándose en el marco analítico central del DHA en sus tres dimensiones: análisis del contexto histórico, identificación de estrategias discursivas y crítica ideológica, este estudio emplea las estrategias de nominación y de predicación para examinar la designación identitaria y los patrones centrales de coocurrencia semántica del vocativo “xiǎojiě” (小姐) en textos mediáticos. Así, se conectan las características discursivas micro con las transformaciones sociales e históricas a nivel macro, se realiza un análisis crítico de la evolución de este vocativo en el discurso mediático y se desentraña el mecanismo interactivo profundo entre el lenguaje y la estructura social.

3.2. Metodología

En este estudio se construye un corpus diacrónico que integra textos de prensa tradicional y plataformas digitales, empleándose la herramienta AntConc para cuantificar sistemáticamente las características semánticas de los textos transmediáticos. AntConc es ampliamente empleada en lingüística de corpus y análisis crítico del discurso, y permite la extracción de palabras clave, análisis de colocaciones, frecuencias léxicas y agrupaciones léxicas (Anthony, 2022). Esto permite situar las regularidades discursivas objetivas reveladas por el corpus en el contexto histórico de las transformaciones de las estructuras sociales y mediáticas, con el fin de llevar a cabo una interpretación crítica. Con base en los cambios diacrónicos del sistema social y de las estructuras mediáticas, se divide la evolución del tratamiento “xiǎojiě” (小姐) en cuatro etapas. A partir de corpus provenientes tanto de medios tradicionales como de plataformas digitales, se analiza de forma sistemática el giro semántico y la reconstrucción discursiva del término en distintos sistemas mediáticos (véase la Tabla 1).

Tabla 1. Datos del corpus por etapas históricas

Años	Etapla histórica	Fuente del corpus	Datos originales	Muestra analizada
1912-1948	Etapla de transición moderna	<i>El Shun Pao</i>	44,566	1,000
1949-1978	Etapla de construcción revolucionaria	<i>Diario del Pueblo</i>	915	915
1979-2000	Etapla de transición al consumo	Subcorpus de prensa, cine, TV, oral y web del CCL	6,274	1,000
2001-2024	Etapla de transición digital	Subcorpus de prensa, cine, TV, oral y web del CCL + datos extraídos de plataformas sociales	5,086 + 5,000	1,000

Fuente: elaboración propia.

Este estudio divide el periodo de análisis en cuatro etapas, basándose en la evolución de las formas mediáticas y en hitos clave de la historia moderna de China: la fundación de la República de China en 1912 (formación del contexto moderno), la creación de la República Popular de China en 1949 (consolidación de la ideología estatal), la apertura y reforma de 1978 (transformación del consumo cultural) y, a partir de 2001, la irrupción de internet (consolidación de las plataformas digitales). Para garantizar el equilibrio de los datos y la viabilidad analítica, se seleccionaron aleatoriamente 1.000 entradas por etapa mediante Python, salvo en la segunda, donde se incluyó la totalidad del corpus debido al menor volumen de datos disponible. Los criterios de selección fueron: (1) contener la palabra clave “xiǎojiě” (小姐); (2) incluir un contexto textual completo que facilite el análisis del discurso; (3) excluir entradas con contexto insuficiente o significados ambiguos. Todos los datos fueron depurados y codificados, eliminando información redundante o no normativa. La distribución final de los datos se muestra en la Tabla 1.

En concreto, el corpus de la primera etapa procede de la base de datos ilustrada del periódico *Shun Pao*¹, uno de los diarios más representativos del periodo moderno en China, que documentó durante casi 80 años los cambios políticos y sociales desde finales de la dinastía Qing hasta la era republicana (Li, 2024). El corpus de la segunda etapa se extrajo de la base de datos del *Diario del Pueblo*², que entre 1949 y 1978 actuó como el medio más autoritario del Partido Comunista Chino, desempeñando un papel clave en la difusión de la ideología nacional y la construcción de identidades de género (Brady, 2008). Los corpus de la tercera y cuarta etapas provienen principalmente del corpus CCL³ del Centro de Estudios Lingüísticos de la Universidad de Pekín, incluyendo subcorpus de prensa, cine, televisión y lenguaje oral. Para la cuarta etapa, se complementó además con contenido generado por usuarios (UGC) extraído de plataformas como Weibo (微博, red social china similar a Facebook), Xiaohongshu y Douyin, con el fin de reflejar la evolución semántica del término en contextos digitales.

Con el objetivo de revelar las características léxicas de coaparición y la red semántica del tratamiento social en distintos contextos mediáticos, se utilizó la herramienta de análisis de corpus AntConc (versión 4.2.4) para extraer y analizar colocaciones (collocates). Se estableció “小姐” como término central (node word) y se definió una ventana de análisis de ±5 palabras, parámetro ampliamente reconocido en la literatura

1 La base de datos de textos y gráficos del *Shun Pao* está disponible en: <http://dh.hzsf.sjuku.top/spring/front/read>

2 La base de datos de textos y gráficos del *Diario del Pueblo* está disponible en: <http://data.people.com.cn/rmrb/20230815/1?code=2>

3 El corpus lingüístico del Centro de Estudios del Idioma Chino de la Universidad de Pekín (CCL) se encuentra en: http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/

como óptimo para capturar asociaciones semánticas (Gablasova et al., 2017: 158). El corpus fue sometido a un proceso de limpieza para evitar el ruido léxico, se conservaron únicamente las palabras con contenido semántico, seleccionando las 10 colocaciones más frecuentes antes del término objetivo. AntConc calcula automáticamente los parámetros de distribución de los colocados, incluidos FreqL (frecuencia de coocurrencia a la izquierda del término central) y FreqR (frecuencia de coocurrencia a la derecha), los cuales sirven de base para determinar las preferencias sintácticas y posicionales. Para descartar las coocurrencias aleatorias, se empleó el valor de Log-likelihood (LL) como medida de significatividad estadística. Conforme al estándar estadístico, con un grado de libertad de 1, un valor $LL \geq 10.83$ indica $p < 0.001$, lo que implica una diferencia estadística altamente significativa (Liang, 2016: 81), proporcionando así una base empírica fiable para el análisis posterior de funciones discursivas y construcción ideológica.

4. Análisis de investigación por etapas

4.1. Primera etapa (1912-1948): La estructuración del término y la distinción de clase

En esta etapa, el corpus se extrajo de la base de datos gráfica del *Shun Pao*. Tras su limpieza y segmentación mediante Python, se seleccionó la palabra clave “小姐” para analizar sus colocaciones dentro de una ventana de cinco palabras a la izquierda y cinco a la derecha. Los resultados muestran que “xiǎojiě” (小姐), originalmente un título feudal reservado para señoritas de clase alta, evolucionó gradualmente hacia un tratamiento social aplicable a mujeres solteras, educadas o pertenecientes a la clase media urbana. Su significado comenzó a asociarse con dimensiones como el género, la clase social y el nivel educativo, lo que marca su integración en el sistema de tratamientos sociales del chino moderno.

El análisis con AntConc indica que las colocaciones de mayor frecuencia aparecen a la izquierda de “xiǎojiě” (小姐), destacando apellidos comunes como “Táng”, “Lǐ” y “Sū”, así como nombres femeninos típicos como “Fèng”, “Zhījūn” o “Qīūyùn”, conformando una estructura estable del tipo apellido/nombre + “xiǎojiě” (小姐) (véase la Tabla 2). La frecuencia de aparición en el lado izquierdo (FreqL) supera significativamente a la del derecho (FreqR), y los valores de log-verosimilitud (Log-likelihood) arrojan un nivel de significancia de $p < 0.001$, lo que confirma la fuerte asociación estadística de esta estructura como una fórmula convencional de tratamiento femenino en el chino moderno temprano.

Tabla 2. Palabras de alta frecuencia en coocurrencia con “xiǎojiě” (小姐) (1912-1948)

Palabra coocurrente	Tipo	FreqL	FreqR	Log-likelihood
唐 (Táng)	Apellido	107	68	189.089
丽 (Lì)	Nombre	36	44	124.845
凤 (Fèng)	Nombre	17	17	74.56
苏 (Sū)	Apellido	15	17	60.744
李 (Lǐ)	Apellido	50	33	46.548
芝君 (Zhījūn)	Nombre	12	4	44.024
秋韵 (Qīūyùn)	Nombre	8	9	40.661
珍 (Zhēn)	Nombre	17	12	38.166
林 (Lín)	Apellido	14	16	37.947
莺 (Yīng)	Nombre	7	12	36.708
英 (Yīng)	Nombre	31	17	35.925
梅仙 (Méixiān)	Nombre	6	6	33.015
彩霞 (Cǎixiá)	Nombre	8	8	30.359
稼君 (Jiàjūn)	Nombre	8	5	29.848
葉 (Yè)	Apellido	7	11	28.441
產 (Chǎn)	Apellido	12	6	28.441
尚云 (Shàngyún)	Apellido	5	6	28.11

Fuente: elaboración propia.

En el corpus, el término aparece con frecuencia como sufijo pospuesto al nombre o apellido femenino, formando la estructura apellido/nombre + “xiǎojiě” (小姐). Esta fórmula inscribe a las mujeres en una lógica de denominación social específica, que se opone a “tàitai” (太太), tratamiento para mujeres casadas de clase acomodada, marcando lingüísticamente su estado de soltería y pertenencia de clase. Aunque denota cortesía, también implica una presuposición de género, ya que presenta a la mujer como “casadera” y “disciplinada”, insertando su identidad en un orden sexual determinado, dificultando su expresión autónoma fuera del marco “género-matrimonio” (Hou, 2011). Al mismo tiempo, “xiǎojiě” (小姐) suele ir acompañado de calificativos positivos como “róngmào duānlì” (容貌端丽, apariencia elegante) o “cōnghuì guòrén” (聪慧过人, inteligencia sobresaliente), construyendo así una imagen idealizada de mujer bella, educada y con antecedentes de clase media.

El significado contextual de las unidades léxicas puede manifestarse a través de su coocurrencia (Baker, 2016). El resultado de AntConc muestra que el tratamiento aparece con frecuencia junto a expresiones monetarias en contextos de donaciones y consumo, tales como “Zhā xiǎojiě yáng èr jiǎo” (查小姐洋二角, la señorita Zha donó dos décimos de dólar de plata) o “Lǐ xiǎojiě yáng yī jiǎo” (李小姐洋一角, la señorita Li contribuyó con un décimo de dólar de plata), configurando patrones de alta frecuencia estadísticamente significativos. Estas combinaciones son habituales en contextos de donación, compra o patrocinio, generando una asociación estable entre “xiǎojiě” (小姐) y el flujo de dinero, y configurando así su imagen discursiva como “sujeto femenino con capital económico”. Estas asociaciones refuerzan el vínculo entre mujer, riqueza y estatus, delineando una identidad social representativa de las clases medias y altas.

En síntesis, entre 1912 y 1948, el tratamiento “xiǎojiě” (小姐) desempeñó una función compleja de representación social en la prensa moderna. En el plano semántico, se asocia con belleza y capital económico; en el aspecto nominativo, refuerza el estatus de soltería y el rol de género; mientras que, en el ámbito de la circulación discursiva, actúa como símbolo de los valores culturales propios de la clase media. Esta denominación construye una imagen femenina idealizada, caracterizada por su capacidad de consumo y capital cultural, al tiempo que refleja los mecanismos implícitos de disciplina de género y clase en el discurso mediático.

4.2. Segunda etapa (1949-1978): Reinterpretación de clase y desvinculación del término con el género femenino

Entre 1949 y 1978, en el contexto de la revolución y la construcción socialista, los términos de tratamiento experimentaron una marcada politización como unidades ideológicas del lenguaje. El análisis con AntConc muestra que en esta época las palabras más frecuentemente asociadas con “xiǎojiě” (小姐) eran “tàitai” (太太, señora), “shàoyé” (少爷, joven amo) y “zīchǎn jiējí” (资产阶级, burguesía) (véase la tabla 3), todas ellas con fuerte carga política o de clase social. Este análisis revela una alta significación estadística ($p < 0.001$), lo cual demuestra que el término “xiǎojiě” (小姐) dejó de considerarse como un tratamiento de cortesía para convertirse en una unidad retórica utilizada en la crítica ideológica contra el feudalismo y la burguesía. Además, dicho término adquirió connotaciones negativas como “parásita” o “explotadora” (Chuai, 2017).

Tabla 3. Palabras de alta coocurrencia con “xiǎojiě” (小姐) (1949-1978)

Palabra coocurrente	FreqL	FreqR	Likelihood
少爷 (shàoyé, joven amo)	159	13	82.828
太太 (tàitai, señora)	122	4	56.818
老爷 (lǎoyé, señor de la casa)	101	4	49.853
马科斯 (Mǎkēsī, Marcos)	58	3	31.898
埃米 (Àimǐ, Amy)	49	2	27.053
资产阶级 (zīchǎn jiējí, burguesía)	54	6	24.722

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la Figura 1, durante este periodo de tiempo, el uso del término “xiǎojiě” (小姐) disminuyó significativamente, casi desapareciendo del discurso mediático dominante. Este cambio refleja una resignificación de su función semántica en un contexto político, así como su progresiva marginación social.



Figura 1. Gráfico de frecuencia del término “xiǎojiě” (小姐)

Fuente: Corpus BCC.

Al analizar la estructura de los tratamientos interpersonales, el término “xiǎojiě” (小姐) dejó de combinarse con nombres propios y pasó a asociarse junto a términos como “tàitai” (太太) o “shàoyé” (少爷), constituyéndose así en un recurso retórico para satirizar a las clases explotadoras y aludir tanto a los remanentes feudales como a la burguesía (véase la Tabla 4).

Tabla 4. Ejemplos de uso de “xiǎojiě” (小姐) (1949-1978)

Oración original y traducción al español	Fuente
十三岁那年我小学毕业了，看到人家有钱的少爷小姐们继续上中学，使我羡慕的几次要求父亲让我到学校里去。 A los trece años terminé la escuela primaria. Al ver que los jóvenes señores y señoritas de familias adineradas podían seguir estudiando en la secundaria, sentí tanta envidia que varias veces pedí a mi padre que me dejara ir a la escuela.	<i>Diario del Pueblo</i> , 1949
有的工人说：“大夫看病既不仔细，架子又大；护士的工作也拖沓，有小姐作风。” Algunos obreros decían: “Los médicos no examinan con atención y son presumidos; las enfermeras también trabajan con lentitud, tienen actitudes de señorita mimada.”	<i>Diario del Pueblo</i> , 1953
只晓得小时候靠父母做小姐，出嫁了靠丈夫做少奶奶，将来老了靠子女做老太太，过着舒适的生活。 Solo sabían depender de sus padres en la infancia para ser señoritas mimadas, de sus esposos tras casarse para ser damas jóvenes, y de sus hijos en la vejez para ser ancianas respetables, llevando así una vida cómoda.	<i>Diario del Pueblo</i> , 1956
你说，如果不是有闲阶级的太太小姐，谁有那闲功夫去留这种头发？ Dime, si no fueran las señoras y señoritas de las clases ociosas, ¿quién tendría tiempo libre para dejarse ese tipo de peinado?	<i>Diario del Pueblo</i> , 1964
在旧社会，读得起书的是地主资产阶级的少爷小姐。 En la antigua sociedad, solo podían estudiar los jóvenes señores y señoritas de la clase terrateniente y burguesa.	<i>Diario del Pueblo</i> , 1974
国民党骂我们“过火”，骂我们是“游民行动”，骂农民把大地主小姐的床滚脏了是“过火”。 El Kuomintang nos insultaba diciendo que “exagerábamos”, que era una “acción de vagabundos”, que era “exagerado” que los campesinos ensuciaron la cama de la señorita del gran terrateniente.	<i>Diario del Pueblo</i> , 1978

Fuente: Recopilación y elaboración propia.

A partir de los ejemplos anteriormente citados, se observa un marcado giro semántico del término “xiǎojiě” (小姐) en esta etapa: dejó de ser un tratamiento respetuoso hacia las mujeres para convertirse en una metáfora política que retrataba a las mujeres de clase ociosa como “perezosas”, “delicadas” y “desconectadas del pueblo”. Así mismo, se fue incorporando institucionalmente al discurso de lucha de clases y crítica ideológica como un símbolo cultural del discurso de género.

Entre 1949 y 1978, la sociedad china estuvo guiada por el colectivismo, la lucha de clases y los ideales revolucionarios (Zhao & Cao, 2021). En este contexto, el Estado construyó, mediante el lenguaje mediático, una imagen femenina de “sujeto revolucionario”, manifestando una típica estrategia de nominación política. Con el declive de “xiǎojiě” (小姐), los medios oficiales establecieron rápidamente un sistema de denominaciones femeninas centrado en el trabajo y la identidad política, tales como “fùnǚ” (妇女, mujer), “nǚgōng” (女工, obrera), “dàniáng” (大娘, señora mayor) y “nǚgànbù” (女干部, funcionaria) (véase la Figura 2), integrando así la identidad femenina en el marco discursivo de clase y revolución.

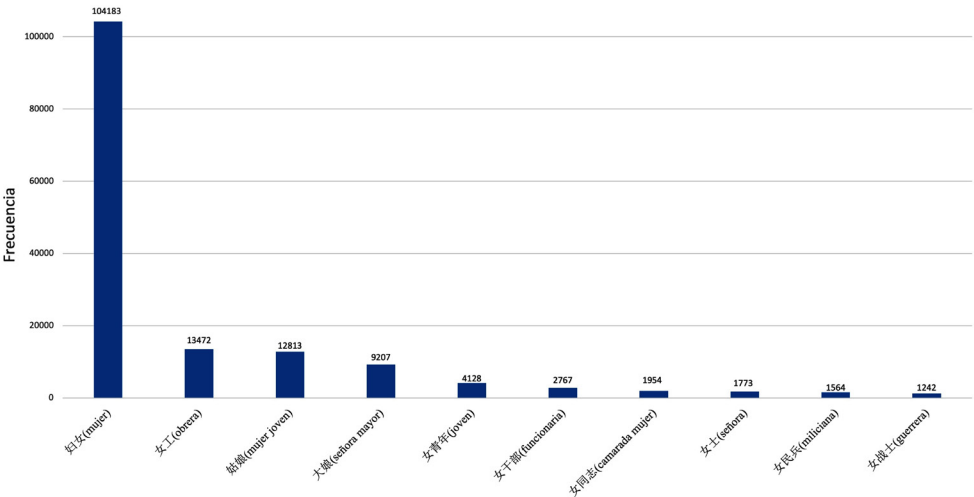


Figura 2. Los diez tratamientos femeninos más frecuentes en el *Diario del Pueblo* entre 1949 y 1978

Fuente: Recopilación de datos y elaboración propia.

A partir de 1949, el Partido Comunista de China impulsó el uso generalizado de *tóngzhì* (同志, camarada), que pasó a convertirse en la forma de tratamiento predominante en la sociedad socialista (Chen, 2012). Este término conllevaba una fuerte carga revolucionaria y se consideraba un signo de identificación de clase; dejar de ser llamado “*tóngzhì*” (同志, camarada) podía implicar ser considerado miembro de una clase enemiga (Wei, 2008). Según los datos del *Diario del Pueblo*, entre 1949 y 1978, el término “*tóngzhì*” (同志, camarada) apareció 373.730 veces, es decir, más de 90 veces por cada aparición del término *nǚtóngzhì* (女同志, camarada mujer). Esto demuestra que, en contextos de movilización política, las mujeres eran frecuentemente integradas bajo la denominación neutral de “camarada”, invisibilizando su identidad de género y convirtiéndolas en “camaradas revolucionarias desvinculadas del género” (Chen, 2012; Fu & Li, 2023). Paralelamente, tratamientos como “*nǚgōng*” (女工, obrera), “*nǚzhànshì*” (女战士, guerrera) y “*nǚgànbù*” (女干部, funcionaria) se presentaban con alta frecuencia asociados a términos como “modelo” o “heroína”, construyendo una imagen de “mujer ideal” centrada en el trabajo, el colectivismo y la lealtad política, lo que evidencia una típica estrategia de nominación política.

En consecuencia, en la etapa comprendida entre 1949 y 1978, el término “*xiǎojiě*” (小姐) experimentó un proceso de devaluación semántica, fue reclasificado en una clase social distinta y perdió su marcación de género en el discurso público. Se construyó e institucionalizó de manera progresiva un nuevo sistema de tratamientos politizados. La identidad femenina experimentó una transición desde una construcción basada en el género hacia una definición política, desplazando su manifestación “en nombre del género” para integrarse colectivamente “en nombre de la revolución” dentro del discurso estatal. Esta transformación constituye un hito histórico relevante en la evolución contemporánea de los tratamientos dirigidos a la mujer, evidenciando el proceso mediante el cual la ideología estatal reconfiguró y resignificó los recursos lingüísticos para adaptarlos a sus intereses políticos y sociales.

4.3. Tercera etapa (1979-2000): Resemantización y fragmentación discursiva en el giro hacia el consumo

Desde la implementación de la política de reforma y apertura en 1978, la sociedad china completó la transición desde una economía planificada hacia una economía de mercado, lo que implicó una profunda reconfiguración de la estructura discursiva y la lógica de clases. La estrategia de “permitir que algunos se enriquezcan primero” impulsó la legitimación y justificación de la acumulación de riqueza, convirtiendo la capacidad económica y de consumo en indicadores centrales del estatus social individual (Wei, 2008). Las fórmulas de tratamiento interpersonales también se ajustaron: tratamientos tradicionales que habían sido devaluados durante la lucha de clases volvieron a “revalorizarse” en el nuevo escenario de mercado (Fang, 2007). En este contexto, el término “*xiǎojiě*” (小姐) experimentó una resemantización ambivalente: por un lado, se neutralizó y profesionalizó en denominaciones como “aeromoza o auxiliar de vuelo” o “azafata de protocolo”. Por otro lado, adquirió connotaciones sexuales en contextos específicos, manifestando una tendencia hacia la estigmatización (Zhang, 2006).

El análisis de coocurrencias con AntConc muestra que “*xiǎojiě*” (小姐) aparece frecuentemente junto a términos relacionados con profesiones como “servicio”, “guía”, “azafata” o “protocolo”, con una correlación estadísticamente significativa ($p < 0.001$), lo cual evidencia su etiquetado profesional en el sector servicios (véase la Tabla 5). Asimismo, medios como el *Diario del Pueblo* recurren habitualmente al término para construir imágenes de mujeres profesionales, resaltando el valor social de estos puestos (véase la Tabla 6). En contextos rurales, la expresión “azafata de protocolo” también designa a mujeres que participan en actividades culturales y de recepción, lo que indica una tendencia a su institucionalización y una generalización de su aplicación social (véase la Figura 3).

Tabla 5. Palabras de alta frecuencia coocurrentes con “*xiǎojiě*” (小姐) (1979-2000)

Palabra coocurrente	FreqL	FreqR	Log-likelihood
礼仪 (lǐyí, protocolo)	31	4	28.122
一位 (yī wèi, una + clasificador)	67	20	27.572
服务 (fúwù, servicio)	59	10	26.466
导游 (dǎoyóu, guía turística)	40	1	25.944
先生 (xiānsheng, señor)	32	19	21.133
王 (Wáng, apellido)	28	1	20.989
公关 (gōngguān, relaciones públicas)	28	5	20.197
空中 (kōngzhōng, aérea)	26	0	20.185

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Ejemplos de uso del término “xiǎojiě” (小姐) (1979-2000)

Oración original y traducción al español	Fuente
和她一起来的是一位年轻的中国妇女，她是译员吴小姐，我在西安早就认识她了。 La acompañaba una joven china, la intérprete señorita Wu, a quien ya conocía desde Xi'an.	CCL, 1979
他这次回来对她的访问，使她燃起了当一个空中小姐的梦想。 Su visita esta vez despertó en ella el sueño de convertirse en una aeromoza.	CCL, 1980
厂家提供了详细的说明书，售货小姐更是娓娓道来。 El fabricante proporcionó instrucciones detalladas, y la señorita vendedora las explicó con todo detalle.	CCL, 1986
人们无不驻足而观，窃窃私语中都有着一丝惊喜：“礼仪小姐！礼仪小姐！” Todos se detuvieron a mirar, susurrando con sorpresa: ¡Azafatas de protocolo! ¡Azafatas de protocolo!	Diario del Pueblo, 1990
只见红白相间的列车擦洗得干干净净，身着果绿色服装的服务员小姐精神抖擞，站在车门口迎接旅客。 El tren de tonos rojo y blanco relucía limpio, mientras las empleadas de servicio vestidas de verde lima, llenas de energía, esperaban en la puerta para recibir a los pasajeros.	CCL, 1993
当有的顾客酗酒时，服务小姐会友善地提醒顾客注意身体。 Cuando algún cliente bebe en exceso, la camarera lo alerta amablemente sobre su salud.	Diario del Pueblo, 1998
她们本来是矜持、腼腆的姑娘，可如今却成了落落大方的“公关小姐”，在公关舞台上显得非常活跃。 Antes eran chicas tímidas y reservadas, pero ahora se han convertido en “azafatas de relaciones públicas”, muy activas en el escenario de las relaciones públicas.	Diario del Pueblo, 1998
售票小姐却把证推了出来，并说再加15元。 La señorita de la taquilla devolvió el documento y dijo que había que pagar 15 yuanes más.	CCL, 2000

Fuente: Recopilación y elaboración propia.



Figura 3. Reportaje sobre las “azafatas de protocolo en zonas rurales” (乡村礼仪小姐)

Fuente: *Diario del Pueblo* (17 de agosto de 1996).

Sin embargo, desde la década de 1990, con la creciente visibilidad mediática de clubes nocturnos y salones de masajes, el término “xiǎojiě” (小姐) empezó a utilizarse como un eufemismo para referirse a mujeres que trabajaban en la industria del servicio sexual, formando una cadena metafórica que vincula género, profesión y moralidad (Ji & Chen, 2018). En el tratamiento de temas sensibles, los medios suelen recurrir a palabras ambiguas para ejercer una disciplina y ocultamiento ideológico (Fairclough, 2003). Expresiones como “ānmó xiǎojiě”(按摩小姐, señorita masajista) y “zuótái xiǎojiě”(坐台小姐, señorita de compañía en locales nocturnos) refuerzan el uso del término con connotaciones sexuales ambiguas, acentuando así su tendencia a la estigmatización (véase la Tabla 7).

Tabla 7. Ejemplos de coocurrencia semántica estigmatizada del término “xiǎojiě” (小姐) en los años noventa

Oración original y traducción al español	Fuente
洗毕之后，港商领着上校穿着宽衣短裤上了二楼按摩室。几个粉面桃腮的按摩小姐迎了上来。 Después del baño, el empresario de Hong Kong llevó al coronel a la sala de masajes en el segundo piso. Varias señoritas masajistas de rostro delicado se acercaron a recibirlos.	CCL, 1992
男士还没有反应过来，陪酒小姐自个儿举起一杯一饮而尽，接着又是一杯。 El caballero aún no reaccionaba, y la señorita que lo acompañaba a beber ya había levantado su copa y la bebió de un trago, y luego otra más.	CCL, 1994
甜言蜜语不行就动手动脚，甚至搬出“三陪小姐”来跟客人喝“交杯酒”。 Si las palabras dulces no funcionan, recurren al contacto físico, e incluso utilizan a las “señoritas de tres acompañamientos” para brindar con los clientes.	CCL, 1996
丁克朋躺在桑拿中心的软榻上，任由按摩小姐的纤纤玉手捏着他的肉身。 Ding Kepeng yacía sobre una cama suave en el centro de sauna, permitiendo que las delicadas manos de la señorita masajista manipularan su cuerpo.	CCL, 1997
坦白的说吧，我们是坐台小姐。 Seamos sinceras: somos señoritas de compañía.	CCL, 1999

Fuente: Recopilación y elaboración propia.

En términos generales, entre 1979 y 2000, “xiǎojiě” (小姐) experimentó una profunda reorganización semántica y una escisión funcional. El término mantuvo su función como designación profesional para mujeres en el sector servicios, mientras que, simultáneamente, adquirió connotaciones eróticas y estigmatizantes en ciertos contextos discursivos. Esta dualidad refleja las tensiones y ambigüedades identitarias femeninas surgidas durante la transición económica y social hacia un modelo de mercado. Desde la perspectiva del Análisis Histórico del Discurso, el término se convirtió en un símbolo cultural polisémico, moldeado por la cultura del consumo, la lógica mediática y las ideologías de género. Este fenómeno revela la complejidad y contradicción presentes en la construcción discursiva de la mujer durante el proceso de modernización en China.

4.4. Cuarta etapa (2001-2024): Diferenciación semántica de “xiǎojiě” y auge afectivo de “xiǎojiějie” en el contexto digital

A partir del siglo XXI, las redes sociales y las plataformas de videos cortos impulsaron a la sociedad china hacia una era de difusión digital, transformando tanto los contextos de uso lingüístico como el ecosistema semántico. Bajo una doble transformación tecnológica y cultural, el término “xiǎojiě” (小姐) experimentó una intensificación en su disgregación semántica: por un lado, conservó connotaciones marginales como vulgar o erótico; mientras que por otro lado, en contextos digitales surgió la nueva forma afectiva “xiǎojiějie” (小姐姐), que representa una reconstrucción positiva de la identidad emocional. La coexistencia de ambas formas da lugar a un panorama lingüístico complejo, donde se entrelazan la disociación semántica y la construcción afectiva.

El análisis de corpus mediante AntConc para el periodo 2001-2024 muestra que “xiǎojiě” (小姐) ha dejado de funcionar como un tratamiento cortés cotidiano y se ha desplazado hacia usos visualizados y titulares, con alta frecuencia de coocurrencia con términos como “concurso de belleza” y “gran final” (véase la Tabla 8), en contextos oficiales como certámenes culturales o reportajes noticiosos, construyendo una imagen mediática de “mujer de escenario”. Este uso refleja una tendencia a la neutralización semántica y ritualización. Sin embargo, en la interacción diaria, especialmente entre mujeres jóvenes, el término ha caído en desuso debido a las connotaciones sexuales que aún persisten en la percepción social, siendo comúnmente evitado (Zhang, 2006).

Tabla 8. Palabras de alta frecuencia coocurrentes con “xiǎojiě” (小姐) (2001-2024)

Palabra coocurrente	FreqL	FreqR	Log-likelihood
世界(shìjiè, mundo)	50	11	83.078
大(dà, grande)	28	6	32.411
张(Zhāng, apellido)	17	2	31.816
大赛(dàsài, gran concurso)	0	25	26.312
选美(xuǎnměi, concurso de belleza)	2	18	24.464
总决赛(zǒngjuésài, competencia final)	0	20	24.464
记者(jìzhě, periodista)	13	23	20.720

Fuente: elaboración propia

Cabe destacar que, durante el proceso de depuración del corpus, se observó que de un total de 10.086 enunciados que contenían el término “xiǎojiě” (小姐), aproximadamente 2.501 correspondían en realidad al uso de “xiǎojiějie” (小姐姐), lo que representa cerca de una cuarta parte del total. Este dato evidencia la amplia difusión de esta nueva fórmula apelativa en el entorno digital (véase la Figura 4).

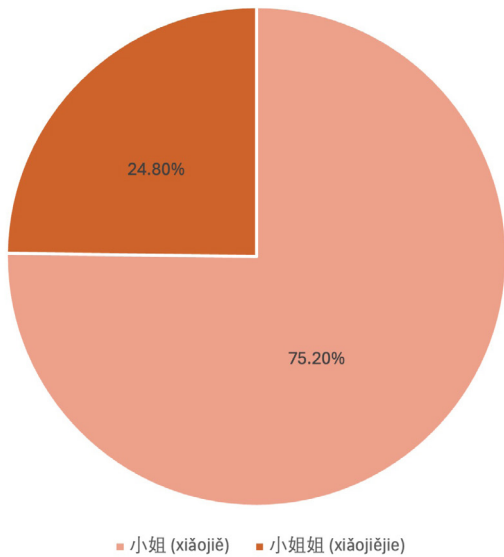


Figura 4. Proporción de ocurrencias de “xiǎojiě” (小姐) y “xiǎojiějie” (小姐姐) en el corpus

Fuente: elaboración propia a partir de datos recopilados.

Aunque “xiǎojiějie” (小姐姐) no fue establecido como palabra clave en el análisis estadístico, muestra una alta frecuencia de uso y una notable actividad en distintos contextos de difusión y funciones semánticas. Esta expresión funciona como una forma de comunicación emocional en entornos digitales, combinando cercanía, aprecio, humor e implicación afectiva. El análisis del corpus revela tres contextos principales de uso: (1) tratamiento afectuoso hacia creadoras de contenido en plataformas de video corto; (2) aprobación de modelos o imágenes en reseñas de productos y lenguaje publicitario; (3) interacciones sociales marcadas por elogio, humor o peticiones (véase la Tabla 9).

Tabla 9. Ejemplos frecuentes del uso de “xiǎojiějie” (小姐姐)

Ejemplos y su traducción	Fuente	Categoría contextual
人美声甜的主播小姐姐，我超爱的 La bella chica <i>streamer</i> con voz dulce, me encanta.	Usuario de Weibo, 2021	(1)
路上抓到一个超白的小姐姐，辣妹爆改甜美风。 Me encontré en la calle con una chica súper blanca, ¡una diosa que pasó de estilo atrevido a dulce!	Usuario de Douyin, 2024	(1)
温柔气质小姐姐，好美呀！ ¡Qué linda y elegante esta chica tan dulce!	Usuario de Rednote, 2021	(2)
性感变装的小姐姐你爱了吗？ ¿Te has enamorado ya de esta chica con un cambio de look tan sexy?	Usuario de Rednote, 2024	(2)
小姐姐能给一个桌子链接吗？ Jovencita, ¿podrías pasarme el enlace de esa mesa?	Usuario de Douyin, 2023	(3)
天生的模特气质小姐姐 Una chica con porte de modelo natural	Usuario de Weibo, 2024	(3)

Fuente: Usuario de Weibo, 2020.

Estos ejemplos muestran que “xiǎojiějie” (小姐姐) cumple funciones discursivas en las plataformas sociales, tales como la expresión estética, expresión afectiva y la construcción de identidad de género. En comparación con la formalidad de “xiǎojiě” (小姐), “xiǎojiějie” (小姐姐) presenta un carácter más interactivo, visual y emocional, lo que evidencia sus rasgos distintivos dentro de la cultura digital (Hou, 2023: 528).

Aunque su popularidad se consolidó en el ámbito digital, “xiǎojiějie” (小姐姐) no tiene su origen en la era de internet. Ya en la década de 1990, se utilizaba en contextos infantiles para referirse afectuosamente a niñas mayores. Con la expansión de las redes sociales y la economía de plataformas, el término evolucionó rápidamente en una fórmula de expresión afectiva en entornos digitales, convirtiéndose en un producto

discursivo situado en la intersección entre la cultura del tráfico de información en internet y las representaciones de género. Su estructura se compone de “xiǎo” (小, pequeño/a) y “jiějie” (姐姐, hermana mayor): la segunda aporta connotaciones de dulzura y mayor edad, mientras que la primera intensifica los matices de ternura y cercanía. Esta estructura reduplicada tiende a expresar emociones positivas como la admiración, el afecto y la simpatía (Zhou & Wei, 2019).

Entre 2001 y 2024, “xiǎojiě” (小姐) y “xiǎojiějie” (小姐姐) han mostrado una doble tendencia en los medios digitales, caracterizada por una diferenciación estructural y escisión semántica. Mientras el primer término ha sido marginado, institucionalizado o incluso vulgarizado, el segundo ha emergido con notable fuerza gracias a las redes sociales. En este contexto, “xiǎojiějie” (小姐姐) se ha consolidado como una etiqueta discursiva que integra afecto, visibilidad e identidad de género. Las diferencias en los contextos de aparición, modos de coocurrencia y funciones pragmáticas revelan una reconfiguración de los tratamientos hacia la mujer, bajo nuevos mecanismos semánticos y mediáticos. Al mismo tiempo, evidencia la interacción entre el discurso de género, la cultura emocional y la lógica algorítmica de las plataformas digitales.

5. Conclusiones

La presente investigación, basada en el enfoque del Análisis Histórico del Discurso y métodos de análisis de corpus, explora la evolución semántica y el proceso de reconstrucción del uso del tratamiento social “xiǎojiě” (小姐) en diversos contextos mediáticos durante el periodo 1912-2024. Los hallazgos revelan que “xiǎojiě” (小姐) experimenta una constante variación y reconfiguración producto de la interacción entre la ideología estatal, las transformaciones sociales y los mecanismos mediáticos. Durante el periodo de transformación moderna (1912-1948), el término configuró una estructura de tratamiento basada en la intersección entre género y clase, reflejando la transitoriedad de la identidad femenina, constituyéndose en el marcador identitario de las mujeres de la clase media urbana. Durante la etapa de construcción revolucionaria (1949-1978), el término fue desplazado del discurso dominante por la expansión y consolidación del término “tóngzhi” (同志, camarada), con el fin de erigir una comunidad socialista homogeneizada mediante tratamientos de identidad neutrales en cuanto al género. En la fase de giro hacia el consumo (1979-2000), el término osciló entre implicaciones de profesionalización y estigmatización, generando tensiones semánticas entre su uso cortés en contextos de servicio y sus connotaciones sexuales asociadas, lo que refleja un singular orden social de género característico de la transición hacia la economía de mercado. En la era digital (2001-2024), “xiǎojiě” (小姐) se ritualizó como título mediático y “xiǎojiějie” (小姐姐) surgió como tratamiento afectivo en redes sociales, esto evidencia una reconfiguración semántica que refleja la transformación de la identidad individual en la sociedad digital.

El cambio semántico de “xiǎojiě” (小姐) es el resultado de la acción conjunta de fuerzas estructurales como la disciplina política, los mecanismos de mercado y los algoritmos de las plataformas. Las estructuras, los contextos de uso y las ideologías asociadas a dicho término evidencian, en cada etapa histórica, una fuerte interacción y procesos de reconstrucción constantes. A través de un proceso dinámico de recontextualización mediática, este tratamiento ha sido resignificado, adquiriendo nuevas funciones sociales y valores simbólicos. En el contexto de la cultura de consumo y la comunicación digital, la evolución de “xiǎojiě” (小姐) hacia “xiǎojiějie” (小姐姐) pone de manifiesto la función codificadora de emociones que desempeñan los medios, así como su capacidad para reconfigurar simbólicamente los sistemas de tratamientos femeninos, convirtiéndolos en herramientas clave para la expresión flexible de ideologías de género y la construcción cultural. La representación selectiva de los medios y los mecanismos de las plataformas han impulsado el cambio semántico del término, revelando sus profundos factores socioculturales subyacentes. Como señalan Cornwall y Edwards (2010:5), los procesos de empoderamiento están siempre inmersos en contextos institucionales, culturales y sociales concretos, manifestando características dinámicas en diversos niveles.

En conclusión, este estudio aporta un marco teórico que amplía la aplicación del Análisis Histórico del Discurso al lenguaje de género y los tratamientos sociales. Desde una perspectiva metodológica, valida la factibilidad de combinar la interpretación histórica con el análisis cuantitativo de corpus y empíricamente revela la trayectoria de transformación semántica y funcional del término “xiǎojiě” (小姐) en un siglo de evolución social. Futuras investigaciones podrán centrarse en los mecanismos de codificación emocional y difusión algorítmica de los tratamientos femeninos en plataformas digitales, profundizando en la interacción entre lenguaje, género y poder en los entornos mediáticos contemporáneos.

6. Bibliografía

- Anthony, L. (2022). *AntConc* (Versión 4.2.4) [Software informático]. Universidad de Waseda. Recuperado de <https://www.laurenceanthony.net/software/>
- Baker, P. (2016). “The shapes of collocation”. En: *International Journal of Corpus Linguistics*, n.º 21(2), 139-164. <https://doi.org/10.1075/ijcl.21.2.01bak>
- Brady, A.-M. (2008). *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Braun, F. (2012). *Terms of address: Problems of patterns and usage in various languages and cultures* (Vol. 50). Berlín: Walter de Gruyter.
- Bucher, T. (2018). *If...then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001>
- Chen, Y. (2012). “‘Tongzhi’ in China: A Social Marker or Not?”. En: *WPEL*, n.º 27 (2), pp. 7-19.

- Chuai, Y. (2017). "La evolución semántica de los términos de tratamiento social para mujeres jóvenes: la situación embarazosa de 'xiǎojiě'". En: *Revista de la Universidad de Dezhou*, n.º 33(3), pp. 73-76.
- Cornwall, A.; Edwards, J. (2010). "Introduction: negotiating empowerment". En: *Ids Bulletin*, n.º 41 (2), pp. 1-9. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1759-5436.2010.00117.x>
- Culpeper, J., Haugh, M. & Kádár, D. Z. (dirs.). (2017). *The Palgrave handbook of linguistic (im)politeness*. Londres: Palgrave Macmillan. DOI: <https://doi.org/10.1057/978-1-137-37508-7>
- Fairclough, N. *Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Londres: Routledge, 2003.
- Fang, D. G. (2007). "Desde el desarrollo social: los términos de tratamiento chinos y sus cambios pragmáticos". *Revista del Instituto de Administración Educativa de Liaoning*, 24(11), pp. 121-124.
- Fu, X., & Li, Z. (2023). "A review of linguistic studies of address terms". En: *Research Journal of English Language and Literature (RJELAL)*, n.º 11(4), pp. 61-68. DOI: 10.33329/rjelal.11.4.61.
- Gablasova, D., Brezina, V., & McEnery, T. (2017). "Collocations in corpus-based language learning research: Identifying, comparing, and interpreting the evidence". *Language Learning*, n.º 67, pp. 155-179. <https://doi.org/10.1111/lang.12225>
- Gillespie, T. (2014). "The relevance of algorithms". En: T. Gillespie; P. Boczkowski; K. Foot (dirs.). *Media technologies* (pp. 167-194). Cambridge: MIT Press. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>
- Gołębek, R. (2015). "Address terms and culture". En *Radomskie Studia Filologiczne*, n.º 1/2, pp. 95-106.
- Holmes, J., & Meyerhoff, M. (dirs.). (2014). *The Handbook of Language and Gender*. Nueva Jersey: Wiley-Blackwell.
- Hou, M. (2023). *Diccionario de neologismos del chino (2000-2020)*. Pekín: Editorial Comercial.
- Hou, Y. X. (2011). "Clase, género e identidad: La construcción cultural de 'xiǎojiě' en el período de la República Popular China". En: *Revista Académica de Lanzhou*, n.º 3, pp. 178-182, 196.
- Ji, D. Z.; Chen, J. X. (2018). "Investigación sobre el método de 'comparación histórica/asociación libre' en los términos de tratamiento: caso del término 'xiǎojiě'". En: *Aplicación del Lenguaje y la Literatura*, n.º 1, pp. 129-135.
- Jiang, J. H. (2014). "Cambios en la posición social de las mujeres a través de los términos de tratamiento: un estudio basado en *Madre e hijo* de Wei Junyi". En: *Revista de la Universidad Minzu de Hubei (Edición de Filosofía y Ciencias Sociales)*, n.º 32(06), pp. 102-105.
- Li, X. R. (2024). "Reconstruir la red mediática: la "nacionalización" de los periódicos de Shanghái modernizándose en *Shun Pao* (1895-1926)". En: *Investigación de Noticias y Comunicación*, n.º 31(2), pp. 112-125, 128.
- Li, Y. M. (2010). *Teoría de la planificación lingüística en China*. Pekín: Editorial Comercial.
- Liang, M. C. (2016). *Qué es la lingüística de corpus*. Shanghái: Editorial de Educación en Idiomas Extranjeros de Shanghái.
- Mazzon, G. (2010). "Terms of address". En A. H. Jucker e I. Taavitsainen (dirs.), *Historical Pragmatics* (pp. 351-378). Berlín, Nueva York: De Gruyter Mouton. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110214284.5.351>
- Pan, R. T. (2024). "¿Por qué no es apropiado llamar a las mujeres 'xiansheng'? Cambios históricos del concepto 'xiansheng' en la China moderna desde una perspectiva de género". En: *Boletín de Estudios sobre la Mujer*, n.º 2, pp. 74-89. DOI: 10.1004/2563(2024)02-0074-16
- Reisigl, M. (2017). "The discourse-historical approach". In *The Routledge handbook of critical discourse studies* (pp. 44-59). Londres: Routledge.
- Reisigl, M.; Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. Londres: Routledge.
- Reisigl, M.; Wodak, R. (2016). "The discourse-historical approach (DHA)". En: R. Wodak y M. Meyer (dirs.). *Methods of Critical Discourse Studies* (3ª ed.) (pp. 23-61). Londres: SAGE.
- Ross, K. (dir.). (2020). *The international encyclopedia of gender, media, and communication*. Nueva Jersey: Wiley-Blackwell.
- Sun, J. Y. (2013). *Estudios sobre los cambios sociales en China en el siglo XX y la periodización de los términos de tratamiento social: una nueva exploración sociolingüística*. Beijing: Editorial Comercial.
- Vergara-Leyton, E., De Simone, L., Gómez-Lorenzini, P., Labarca, C., & Guevara-Iturbe, A. (2024). "Representación Social, n.º 29(1), pp. 189-200. DOI: <https://doi.org/10.5209/hics.92116>
- Wei, L. (2008). Address Terms in China: Social Change as a Driving Force for Language Change. In: *Second International Conference on East Asian Linguistics*, noviembre, pp. 7-9.
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. Londres: Sage.
- Wodak, R.; Meyer, M. (dirs.) (2016). *Methods of Critical Discourse Studies* (3ª ed.). Londres: Sage.
- Xu, X. T. (2016). "Análisis del desarrollo de los términos de tratamiento en chino y su perspectiva de opinión pública social en la era de los medios omnicanal". En: *Comunicación Moderna (Revista de la Universidad de Comunicación de China)*, n.º 38(04), pp. 162-163.
- Xu, Z. (2012). "Panorámica del estudio de los tratamientos sociales femeninos en la última década". En: *Revista del Instituto Administrativo de Educación de Liaoning*, n.º 1 (29), pp. 93-94.
- Zhang, Y. (2006). "La evolución semántica de la palabra 'xiǎojiě'". En: *Estudios de Retórica*, n.º 2, pp. 20-22.
- Zhao, D. Y.; Cao, L. (2021). "Logros grandiosos y posición histórica durante el período de revolución y construcción socialista". En: *Teoría y Práctica Estadística*, n.º 10, pp. 3-6.
- Zhou, P.; Wei, K. L. (2019). "Investigación semántica y pragmática del término de tratamiento 'xiǎojiějiě'". En: *Cultura de los Caracteres Chinos*, n.º 24, pp. 12-13.