

**Groupe d'Étude et de Recherche
en Espagnol de Spécialité**



XVII Encuentro Internacional del GERES

“El español de especialidad en la era de la comunicación digital”

Organizado en la Universidad de París (Francia)
del 19 al 21 de junio de 2019.

Resúmenes de ponencias

Las propuestas seleccionadas por el Comité Científico del coloquio se han evaluado por pares a ciegas con base en los siguientes criterios: relación de la propuesta con el tema central del coloquio, interés científico del tema propuesto, claridad de la propuesta, originalidad de la contribución, metodología de investigación y adecuación de las palabras clave. Para más información sobre la metodología de valoración de comunicaciones utilizada por el GERES, consultar: <https://www.geres-sup.com/rencontres-internationales/évaluation-des-communications/>

Índice alfabético de ponentes:

Ponente: Ana ARMENTA-LAMANT DÉU.....	3
Ponente: Ignacio ARROYO HERNÁNDEZ.....	4
Ponente: Eulises AVELLANEDA	5
Ponente: Sara BANI	6
Ponente: Isabel BRIALES BELLÓN.....	7
Ponente: Maria Vittoria CALVI.....	8
Ponente: María Luisa CARRIÓN PASTOR	9
Ponente: María Elma CORUJO GONZÁLEZ	10
Ponentes: Eliana DIAS LAURIDO (1), Jane DA SILVA AMORIM (2), Nathàlia OLIVEIRA DA SILVA MENEZES (3).....	11
Ponente: Sofía EXTREMIANA BRAVO.....	12
Ponente: Isabella GALLARDO MOREIRA	13
Ponente: Ana MANCERA RUEDA	14
Ponente: Itziar MOLINA SANGÜESA	15
Ponente: María del Carmen MORENO PAZ.....	16
Ponente: Gracia PIÑERO PIÑERO	17
Ponente: Juan Miguel PRIETO HERNÁNDEZ.....	18
Ponente: Álvaro RAMOS RUIZ.....	19
Ponentes: Rosario RODRÍGUEZ DÍAZ (1), Esther RODRÍGUEZ VIDALES (2), Ismael RAMOS RUIZ (3).....	20
Ponente: Víctor Hugo SAJOZA JURIC	21
Ponente: Cristina VELA DELFA (1) y Lucía CANTAMUTTO (2).....	22
Ponente: Hildegard VERMEIREN	23



Ponente: Ana ARMENTA-LAMANT DÉU

Breve CV: Profesora de lengua (ELE y EFE) y civilización españolas e hispanoamericanas en la UPPA. Titular de la *Agrégation* de español en Francia. Doctorado en la Sorbona sobre la historia de las ideas educativas y su evolución. Investigadora en las temáticas ligadas a los cambios educativos y a la didáctica de las lenguas. Responsable del español en el CRL de la UPPA de Pau y en el proyecto transfronterizo PYREN.

Título: “El tándem lingüístico: un dispositivo para favorecer los intercambios en autonomía entre nativos de distintas lenguas”

Palabras clave: Tándem lingüístico, aprendizaje autónomo, autoformación guiada, tecnologías de la información y de la comunicación para la enseñanza.

Resumen: La discusión teórica del aprendizaje autónomo de las lenguas extranjeras suele asociarse a autores como HOLEC (1979,1988) y LITTLE (1991). En cuanto a las propuestas de promoción práctica de este aprendizaje dirigidas al entrenamiento consciente del aprendiz en el campo de la estrategia y técnica del aprendizaje, es necesario citar a ELLIS y SINCLAIR (1989). La oferta de materiales y el desarrollo de conceptos de asesoramiento individual se deben a GREMO y RILEY (1995). No obstante, hasta la fecha, existen pocas reflexiones didácticas acerca del aprendizaje autónomo de lenguas y la comunicación auténtica con hablantes meta. El presente estudio desea completar este vacío. Para ello, partiendo de los estudios teóricos anteriormente citados, se procederá a definir los conceptos esenciales del tándem (reciprocidad, autonomía, retroalimentación). Tras ello, se expondrán los diferentes tipos de tándem (oral y escrito) haciendo hincapié en el desarrollo de las competencias y estrategias de cada uno de ellos. Posteriormente, nos centraremos sobre el asesoramiento, indispensable para un aprendizaje en línea, tanto a nivel pedagógico como informático. Seguidamente, propondremos materiales de apoyo en línea (vía la plataforma *E-Learn*) para facilitar el éxito el tándem. Por último, nos concentraremos en la evaluación. Nuestro trabajo se acompañará de la experiencia del tándem lingüístico implantado en la Universidad de Pau y de los Países del Adour (campus de Pau, Bayona y Tarbes) desde hace tres años y realizado entre estudiantes franceses y españoles. El análisis de la evolución de nuestra experiencia y de nuestras propuestas didácticas, así como de las ventajas e inconvenientes de este tipo de herramienta, nos permitirá proponer nuevas perspectivas para implementar un dispositivo que hasta la fecha está teniendo gran éxito entre los estudiantes, a la par que sigue estrechando los lazos de nuestra universidad con las universidades transfronterizas allende los Pirineos promocionando la movilidad, los intercambios y los dobles diplomas.



Ponente: Ignacio ARROYO HERNÁNDEZ

Breve CV: Profesor investigador en la Università Ca' Foscari Venezia. En sus investigaciones se ocupa preferentemente de la interfaz entre gramática y pragmática desde una perspectiva metaoperacional, de aspectos contrastivos español-italiano, y, en general, de la variación inter e intralingüística.

Título: “Deporte, curiosidad, cebo y dudas: estrategias de *clickbait* en el diario *Marca*”

Palabras clave: Género discursivo, análisis del discurso, español de especialidad, pragmática, retórica

Resumen: La desesperada búsqueda de visitas -y, por ende, de ingresos- en que viven inmersos los medios de comunicación en Internet se ha traducido en una explosión del *clickbait*. Entendemos por *clickbait* una técnica de elaboración de contenidos que persigue atraer la atención de los lectores mediante un cebo que genera la impresión de un vacío de información y la subsiguiente curiosidad que induce a colmarlo haciendo clic en un *link*. La novedad del fenómeno debe relativizarse, pues no cabe desligarlo de la tendencia general a la tabloidización y el sensacionalismo que atraviesa el periodismo y que ha sido ya ampliamente descrita.

Las investigaciones sobre el *clickbait* se centran, en el pionero ámbito anglosajón, en la elaboración de protocolos de detección automática de *clickbait*, en una óptica de lucha contra las *fake news*. Los propios investigadores (CHEN *et al.* 2015) reconocen que, hasta el día de hoy, no puede prescindirse de un enfoque híbrido, en el que la detección de ciertos rasgos -lingüísticos, formales, visuales- debe ser llevada a cabo de manera manual. En el ámbito hispánico, son precursores los trabajos de PALAU-SAMPIO (2015), OROSA *et al.* (2017) o BAZACO *et al.* (2019). Si bien contamos con análisis relativos a prensa general como *El País*, *El Español* o el *Huffington Post*, no nos consta que a día de hoy se haya examinado el fenómeno del *clickbait* en la prensa deportiva española, que, por sus contenidos, eminentemente *soft news*, y por las pasiones que levanta el deporte, parece un caldo de cultivo más que propicio.

A través del examen -cuantitativo y cualitativo- de un corpus de *tweets* con hipervínculo de la cuenta del periódico deportivo madrileño *Marca*, describiremos los recursos o técnicas que reconocemos en el *clickbait*. Las variables se referirán a la modalidad de presentación de las informaciones (omisiones de información, deixis, *forward-reference*, repetición, serialización, listas, etc.), a las marcas de oralidad e interacción (vocativos, imperativos, interrogativas retóricas, puntuación, etc.), y a aspectos morfosintácticos (nominalizaciones, uso de formas no personales del verbo, encadenamientos de sintagmas preposicionales, etc.).

En relación con los estudios precedentes, se intentará evitar cierto sesgo atomístico de las descripciones y desarrollar, más allá de la mera enumeración de rasgos, una descripción más orgánica de los mecanismos del *clickbait*, recurriendo a los instrumentos de la gramática metaoperacional y al concepto de presuposición.

La investigación ofrecerá datos que, en combinación con los ya disponibles, podrán matizar o reforzar la idea de que, con relación al *clickbait*, la prensa deportiva se encuentra en las antípodas de la prensa generalista prestigiosa ya estudiada, como el diario *El País*.



Ponente: Eulises AVELLANEDA

Breve CV: Se graduó de la Universidad del Sur de la Florida con un doctorado en La Adquisición de Segunda Lengua y Tecnología Instructiva. También tiene una maestría de la Universidad del Sur de Mississippi en la enseñanza de inglés como segunda lengua (TESOL) y en español. Además, es graduado de la Universidad Nacional de Colombia con un título en Enseñanza de Lenguas Extranjeras.

Título: “Los *vblogs* y el desarrollo de las habilidades lingüísticas en español de candidatas a profesoras bilingües en los Estados Unidos.”

Palabras clave: Blogs, interacción, habilidades básicas, bilingüismo.

Resumen: La mayoría de los estudiantes en cursos universitarios tiende a tener una actitud positiva hacia el uso de la tecnología conocida como Web 2.0 (EREN 2015) y su uso parece tener un impacto positivo general en el aprendizaje de los estudiantes universitarios (HEW & CHEUNG 2013). Entre estas tecnologías, se ha reportado que los *blogs* aumentan el aprendizaje de los estudiantes en programas de pregrado, particularmente porque generan una necesidad en los aprendices de pensar en los conceptos que se cubren en sus clases cuando deben interactuar con sus compañeros de curso y ante la necesidad de sustentar sus ideas con los conceptos foco de estudio (HALIC, LEE, PAULUS & SPENCE 2010). AVELLANEDA (2016) estableció que los *vblogs* son una de las tecnologías tipo Web 2.0 que parece contribuir al aprendizaje del español como lengua extranjera. Sin embargo, aún hay necesidad de estudios que establezcan si el uso de *blogs*, especialmente *vblogs*, contribuye al desarrollo de las habilidades lingüísticas en español profesional de candidatas a profesoras bilingües.

La presente ponencia incluirá un reporte del proceso para implementar el uso de *vblogs* como una forma de lograr que estudiantes de pregrado en un programa de preparación para ser profesor(a) bilingüe desarrollen sus habilidades lingüísticas en español y desarrollen un lenguaje de especialidad propio de los docentes bilingües. El ponente e investigador incorporó a sus clases SPA 3307 (*Public Speaking*) y 3310 (*Foundations of Bilingual Education*) un proyecto de trabajo que consistió en el desarrollo de un *vblog* durante el otoño del 2018 y la primavera del 2019. El *vblog*, cuyo objetivo era ayudar a los estudiantes a desarrollar la variedad formal de español, constó de cuatro entradas que incluían una videopresentación o entrevista, una reflexión, tres comentarios y cinco respuestas a los comentarios o extensiones de las interacciones generadas por el primer comentario. Los estudiantes debían publicar su video con la reflexión para luego dejar comentarios en los *vblogs* de tres estudiantes en forma verbal o escrita según la clase. Después, debían contestar los comentarios recibidos y/o participar en otros blogs hasta tener 8 interacciones. Finalmente, debían usar la rúbrica diseñada para evaluar el trabajo y entregarla completa con el trabajo realizado durante las tres semanas otorgadas para cada entrada. Este proyecto fue concebido bajo un marco teórico socio-constructivista e interaccionista que intentaba que los estudiantes interactuaran para generar su propio conocimiento sobre el uso de la variedad formal del español mientras aplicaban los conceptos aprendidos en el curso.

Después de explicar el proyecto de clase, el ponente procederá a describir el estudio de investigación realizado durante la primavera del 2019 con estudiantes que participaron con una entrevista y las ideas expresadas en la última entrada del *vblog* que les pedía reflexionar sobre el proceso al usar esta tecnología Web 2.0, y compartirá los resultados para finalizar con una sesión de preguntas o sugerencias de parte de la audiencia.



Ponente: Sara BANI

Breve CV: Doctora en Traductología por la Universidad de Bolonia. Actualmente trabaja como investigadora de Lengua española y traducción en la Universidad G. D'Annunzio Chieti-Pescara. Entre sus principales intereses de investigación se encuentran la traducción periodística, la mediación y la interpretación.

Título: "La comunicación institucional en las redes sociales: los cuerpos de seguridad en Twitter"

Palabras clave: Pragmática, retórica, sociolingüística, técnicas de comunicación

Resumen: Las agencias de seguridad de todo el mundo recurren cada vez más a las redes sociales para comunicar con la ciudadanía, ya sea dando a conocer los servicios que ofrecen, solicitando colaboración o realizando anuncios y avisos de interés público. Si, hasta hace poco, la interacción entre los ciudadanos y las instituciones era más bien unidireccional y estaba circunscrita al ámbito formal, para mantener la eficacia comunicativa en el entorno digital de la web 2.0 ha sido necesario abrazar una estrategia marcada por la bidireccionalidad y adoptar un lenguaje adecuado a la inmediatez de los intercambios comunicativos, más cercano a los usuarios y caracterizado por rasgos híbridos a caballo entre la oralidad y la escritura (YUS RAMOS 2010, CRYSTAL 2001). Al mismo tiempo, los cuerpos de seguridad tienen que proyectar una identidad institucional clara, en correspondencia con los valores con los que quieren ser asociados.

La investigación tiene la finalidad de entender en qué medida el nuevo entorno digital está afectando a las prácticas comunicativas y al lenguaje de los cuerpos de seguridad del mundo hispanico. Se partirá del examen de un corpus de tuits de la policía de España, de México y de Argentina para describir y comparar, a través de un análisis cuantitativo y cualitativo, las prácticas comunicativas y las estrategias discursivas utilizadas. El estudio se articula en cuatro bloques de cuestiones. En primer lugar, se tomará en consideración la presencia y el volumen de actividad de los cuerpos de seguridad en la red social. En segundo lugar, se estudiará el lenguaje utilizado por las agencias para presentarse ante la ciudadanía, con una especial atención por la oralización de los mensajes y la creación de una identidad corporativa en el nuevo entorno digital. En tercer lugar, se tomarán en consideración las modalidades de interacción con los ciudadanos. Por último, se analizará la integración de los nuevos recursos comunicativos y multimodales (KRESS 2010) en el discurso institucional de los cuerpos de seguridad.

La comparación entre las cuentas de los distintos cuerpos evidenciará las diferentes modalidades con las que se persigue el objetivo de mantener la necesaria respetabilidad institucional y, al mismo tiempo, acercarse a la nueva ciudadanía digital.



Ponente: Isabel BRIALES BELLÓN

Breve CV: Profesora asociada de la Universidad Pablo de Olavide desde 2009. Imparte asignaturas relacionadas con las nuevas tecnologías y la localización de sitios web. Es licenciada en Traducción e Interpretación por la Universidad de Málaga y doctora por la Universidad Pablo de Olavide. Sus líneas actuales de investigación son los estudios de recepción, la sociolingüística y la interpretación en contextos de asilo y refugio. También le interesan la traducción audiovisual y las nuevas tecnologías aplicadas a la traducción.

Título: “La difusión del español de especialidad a través de las plataformas virtuales de contenido: metodología para la investigación y didáctica de la traducción a través del análisis de archivos textuales paralelos”

Palabras clave: Lingüística de corpus, español de especialidad, traducción, metodología de investigación, terminología

Resumen:

El español de especialidad invade la vida de los usuarios de plataformas de visionado en línea sin que estos sean realmente conscientes de ello, alcanzando niveles de difusión antes inimaginables. El software de streaming Netflix es uno de los principales medios digitales multiplataforma de emisión de series, películas y documentales, siendo posible acceder a él a través de Smart TV, consolas de videojuegos, reproductores multimedia, decodificadores, smartphones o tabletas (Netflix, 2019).

Así, tanto para la enseñanza del español de especialidad como para la investigación y didáctica en el ámbito de la traducción, nos planteamos la forma de aprovechar el contenido especializado presente en Netflix sobre los temas más diversos: biología, derecho, arte, historia, política, medicina, etc. Para ello, acudimos a la Lingüística de Corpus, que está considerada como un enfoque metodológico adecuado para el estudio de las lenguas, aplicable tanto a la traducción como a la interpretación, pues permite analizar y describir una amplia variedad de discursos, reflexionar sobre la unidad de traducción y revisar el concepto de equivalencia (CORPAS PASTOR 2008). Partiendo de la base de que es factible trabajar con corpus en ámbitos tan dispares como el desarrollo de una metodología para la enseñanza de lenguas, la investigación sobre la variación lingüística o durante la realización de un encargo de traducción profesional, proponemos determinadas fases para el estudio comparativo de archivos textuales compilados *ad hoc* y conformados por textos paralelos extraídos de la plataforma Netflix.

Con el fin de abordar el estudio empírico, adoptamos como referencia la metodología descrita por BERMAN en *Pour une critique des traductions: John Donne (1995)*, donde marca las pautas para el análisis de traducciones. En líneas generales, hemos hecho nuestra la metodología, adaptando las etapas planteadas a las necesidades del archivo textual que podemos extraer de la plataforma y a las condiciones reales con que contamos. Asimismo, hemos utilizado los programas *AntConc* y *WinAlign*, que nos han permitido profundizar y desgranar los textos, localizar fácilmente los segmentos interesantes y crear unidades de traducción. La primera de las herramientas, *AntConc*, es un gestor de corpus lingüístico multiplataforma y gratuito, que nos sirve para analizar el texto original, pues nos interesa extraer de él la terminología y la fraseología de especialidad.

El segundo programa es *WinAlign*, herramienta integrada en el paquete de *SDL Trados* que nos permite la alineación de textos. De esta manera, podremos alinear los segmentos del texto origen (TO) que nos interesan con sus equivalentes en el texto meta (TM), con el objetivo de crear unidades de traducción que nos permitan comparar TO y TM.

Se trata de una metodología sistemática que permite abordar con rigurosidad el análisis de archivos textuales en los que el español de especialidad está presente, ya sea con fines investigadores o didácticos. La Lingüística de Corpus y las nuevas tecnologías van de la mano, no pudiendo concebirse la una sin las otras. Por un lado, la primera aporta la base necesaria que da solidez a la configuración del corpus o del archivo textual; por otro, las herramientas presentadas brindan la oportunidad de extraer el máximo provecho de los archivos con los que se trabaja.



Ponente: Maria Vittoria CALVI

Breve CV: Siendo catedrática de lengua española de la Universidad de Milán, tiene una larga experiencia en la investigación y en la docencia universitaria. Es directora de la revista *Cuadernos AISPI, Estudios de lenguas y literaturas hispánicas*. Es autora de numerosos estudios de lingüística española, con especial atención por la lingüística contrastiva de español e italiano, las lenguas de especialidad y en particular la lengua del turismo. Entre sus líneas de investigación más recientes, cabe destacar el contacto entre español e italiano en contextos migratorios y el paisaje lingüístico.

Título: “La incorporación de la voz del turista en los géneros digitales emergentes”

Palabras clave: Turismo, comunicación digital, géneros discursivos.

Resumen: En las últimas décadas, el perfil del discurso turístico ha cambiado de forma significativa, debido a distintos factores, tales como la diversificación de los ‘turismos’ (turismo rural, turismo cultural, turismo etnogastronómico, etc.), el desarrollo del turismo 2.0 y la participación de los usuarios en la comunicación turística (CALVI 2016; EDO-MARZÁ 2016). Cabe replantear, por lo tanto, las clasificaciones tradicionales de los géneros del turismo (CALVI 2010), teniendo en cuenta tanto los géneros digitales emergentes (blogs, foros de viajeros, reseñas de hoteles, redes sociales, etc.) (SANMARTÍN SÁEZ 2014, SUAU-JIMÉNEZ 2016) como las transformaciones de los géneros tradicionales (CALVI 2016).

Uno de los rasgos más destacados de la comunicación turística en la era digital es la aparición de la voz del turista, como instancia discursiva que narra, evalúa e interactúa con los profesionales. No sorprende que la reseña de hoteles y servicios, por su difusión y fuerte impacto en la economía del turismo, sea uno de los géneros más estudiados (MARIOTTINI y HERNÁNDEZ TORIBIO 2017; MANCERA RUEDA 2018). Asimismo, en algunos géneros como las plataformas de reservas (Booking, Atrápalo, Trivago, etc.), los testimonios de los turistas quedan incorporados dentro del discurso profesional.

Esta intervención se plantea esbozar un panorama de los géneros digitales caracterizados por la presencia de la voz del turista, en un marco teórico que comprende la teoría de la valoración (KAPLAN 2004; MARTIN y WHITE, 2005; THOMPSON y ALBA-JUEZ 2014), la polifonía discursiva, la interdiscursividad (FUENTES RODRÍGUEZ y ALCAIDE LARA 2002; MAINGUENEAU 2012) y la construcción discursiva de la identidad a través de la Red (YUS 2011).



Ponente: María Luisa CARRIÓ PASTOR

Breve CV: Catedrática de lengua inglesa en la Universitat Politècnica de València. Sus áreas de investigación son la lingüística contrastiva, el análisis del discurso académico y profesional y la enseñanza del inglés como lengua extranjera. En la actualidad es la directora del Departamento de Lingüística Aplicada, la coordinadora del programa de doctorado en la UPV "Lenguas, literaturas, culturas, y sus aplicaciones" y la editora de la Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas.

Título: "¿Un nuevo medio, un nuevo modo de articular el discurso? El lenguaje académico en la era de la comunicación digital"

Palabras clave: discurso digital, lenguaje académico, lenguaje profesional, lingüística aplicada

Resumen: El uso de Internet ha significado un cambio radical en la manera en que se lleva a cabo la comunicación académica. Internet ha transformado los mecanismos de comunicación entre las personas al proveer nuevos canales y modos de comunicación. En mis estudios (CARRIÓ-PASTOR y MUÑIZ, 2015; CARRIÓ-PASTOR y CANDEL, 2017; MOYA y CARRIÓ-PASTOR, 2018a, 2018b) he estudiado el discurso digital en inglés y en español, realizando estudios contrastivos y de identificación de los patrones terminológicos, retóricos y sintácticos de las dos lenguas. Este tipo de análisis considero que es vital para comprender los procesos que llevan a la variación y evolución del lenguaje desde un punto léxico, estructural y retórico. En esta ponencia planteo las características de la comunicación académica que se difunde en revistas *online* para reflexionar sobre las posibles variaciones que ello ha ocasionado.



Ponente: María Elma CORUJO GONZÁLEZ

Breve CV: Graduada en Dirección y Administración de Negocios (Universidad de Cantabria). Máster en Dirección de marketing (Universidad de Cantabria), Máster en ELE (Fundación Comillas). Postgrado en Dirección y negociación de destinos turísticos. Examinadora acreditada de DELE B1-B2. Ha trabajado en Italia, en el área de los negocios, durante 10 años y también como profesora de español. En la actualidad realiza el doctorado en la universidad de Alcalá de Henares y trabaja en la Universidad de Economía de Esmirna (Turquía) como profesora en el área de español del departamento de segundas lenguas extranjeras.

Título: “El comercio electrónico y su influencia en la lengua del marketing”

Palabras clave: Lengua de especialidad, español con objetivos profesionales, español del marketing, comercio electrónico

Resumen: La innovación que se está produciendo en esta nueva era, no es un concepto nuevo. El economista y sociólogo Joseph SCHUMPETER (1883-1950), entre 1930 y 1940, ya destacaba la relevancia de la innovación. El autor consideraba que la innovación sería una mutación industrial que revolucionaría la estructura económica desde el interior en un proceso de «destrucción creativa». Continuamente se destruyen las estructuras anteriores y continuamente se crean estructuras nuevas. En este proceso, las nuevas tecnologías han tomado el camino de una «destrucción creativa» desarrollando un nuevo tipo de comercio, el comercio electrónico, que se ha convertido en la plataforma para servicios y capacidades nuevas y únicas que no se encuentran en el mundo físico. En dicho entorno, el marketing ha sido tocado por el poder de «lo digital». El presente trabajo explora la panorámica del comercio electrónico y las nuevas perspectivas profesionales que ofrece. Asimismo, se analiza si nos encontramos sobre un nuevo sublenguaje, el marketing digital, diferenciándolo del marketing tradicional.



Ponentes: Eliana DIAS LAURIDO (1), Jane DA SILVA AMORIM (2), Nathàlia OLIVEIRA DA SILVA MENEZES (3)

Breve CV: (1) Licenciada en Letras por la Universidad Federal de Roraima. Magister en Enseñanza del Español como Lengua Extranjera por la Universidad Antonio de Nebrija, en Madrid. Actualmente es profesora en el Instituto Federal de Roraima. Actúa en la enseñanza tecnológica, técnica y en el curso de formación de profesores: Letras y Literatura Hispánica. Posee experiencia en metodología de la enseñanza y español con fines específicos.

(2) Licenciada en Letras por la Universidad Federal de Roraima. Magister en Enseñanza del Español como Lengua Extranjera por la Universidad Antonio de Nebrija, en Madrid. Posee experiencia en los siguientes temas: metodología de enseñanza, enfoque comunicativo y por tareas, enseñanza y aprendizaje de lenguas, español con fines específicos.

(3) Licenciada en Letras y Literatura Hispánica por el Instituto Federal de Roraima. Magister en Letras por la Universidad Federal de Roraima. Actualmente es profesora en el Instituto Federal de Roraima. Actúa en la enseñanza tecnológica, técnica y en el curso de formación de profesores: Letras, Español y Literatura Hispánica. Posee experiencia en la enseñanza y aprendizaje de ELE y EFE. Doctoranda en Letras en la Universidad Federal de Rio Grande do Sul.

Título: “Booktube: la resignificación del acto de leer en el curso de formación docente del IFRR”

Palabras clave: Enseñanza por tarea, español con objetivos profesionales, herramienta digital, formación de profesores, competencia interdisciplinar.

Resumen: La utilización de obras literarias puede ser esencialmente una aliada para la comprensión de textos en diferentes ámbitos de formación profesional. Sin embargo, se observa que, muchas veces, el acto de leer no es tan apreciado por los estudiantes y, por ese motivo, ellos suelen tener dificultades en interpretar y analizar críticamente para emitir un juicio de valor frente a lo leído. De esta forma, se debe buscar estrategias motivacionales para despertar en el académico el placer por la lectura. Una de las posibilidades que podrá revertir el cuadro es la utilización de nuevas tecnologías, ya que, en la actualidad, se ha convertido en una de las estrategias didácticas más efectivas para motivar el acto de leer. Entre el uso de las nuevas tecnologías destacamos el *Booktube*, un canal vinculado al *YouTube*, en donde una persona puede colgar vídeos sobre sus experiencias literarias. Por ende, este trabajo que presentamos tiene origen en un proyecto interdisciplinario entre las materias Lengua Española y Literatura Hispanoamericana III. Se trataba de un grupo de alumnos del 7° Módulo del Curso de Letras, Español y Literatura Hispánica del Instituto Federal de Roraima (IFRR) desarrollado en el segundo semestre del año 2018. Tuvo como objetivo principal desarrollar estrategias de lectura de obras literarias para la producción de un *Booktube*. Por lo tanto, se siguieron determinadas pautas para la realización de la tarea. Entre ellas, los estudiantes tuvieron que leer obras literarias de autores hispánicos analizándolas críticamente, investigaron el marco histórico-cultural y de la tradición literaria en que se situaban y luego desarrollaron una consciencia valorativa de la literatura hispanoamericana contemporánea y su importancia en la sociedad. Este trabajo subyace, teóricamente, en autores como COSSON (2016) que trata de los aspectos literarios, CÂNDIDO (1995) que aborda la humanización de la literatura en el contexto escolar, MARCHUCHI (2013), que aborda la enseñanza de los géneros textuales y de la retextualización para desarrollar habilidades de producción y expresión oral y escrita. También buscamos en OJEDA (2017) el abordaje sobre el uso del *Booktube* como herramienta didáctica. El presente trabajo es una investigación de carácter cualitativo, basado en la observación participante, la producción de materiales didácticos y la autoevaluación. Como resultados de este proyecto, observamos que en la realización de las tareas para la producción del *Booktube*, los alumnos lograron establecer con espíritu crítico las características constitutivas de las obras leídas al tiempo que identificaron y diferenciaron la relación de estas con la tradición literaria occidental, utilizando nuevos enfoques y tendencias críticas. Lograron asimismo una mejor comprensión de la lengua española demostrando competencia lectora suficiente para leer un texto literario y comprenderlo. De ese modo, demostraron que, cuando se lee con objetivos concretos, el acto de leer se torna más placentero y más productivo.



Ponente: Sofía EXTREMIANA BRAVO

Breve CV: Graduada en Educación Primaria con mención en inglés como lengua extranjera por la Universidad de Deusto y licenciada en el máster de enseñanza de español como lengua extranjera por la Universidad de Alcalá. Tras unos años de experiencia combinando la enseñanza de idiomas con los juegos, actualmente trabaja en Ubisoft Bordeaux como controladora de calidad de videojuegos y colaboradora en el equipo de diseño y animación técnica.

Título: “El efecto anglosajón en el ámbito específico profesional de los videojuegos: procesos morfológicos y adaptación directa”

Palabras clave: Videojuego, neologismo, anglicismo, adaptación, morfología.

Resumen: Con el paso de los años, la tecnología se ha sobrepuesto y es dominante en una amplia mayoría de sectores empresariales. A su vez, la industria del videojuego también se ha desarrollado a lo largo de estos años y ha crecido notoriamente, llegando a considerarse una importante base de la era digital en la que nos encontramos. Por esta misma razón, este sector comenzó desde hace ya décadas a crear su punto de conexión entre los mercados internacionales de su misma rama y mismos intereses, y es debido a ello que una considerable cantidad de léxico específico ha ido surgiendo y se ha mantenido vigente.

El campo de los videojuegos es un ámbito potencialmente dominado por el inglés a nivel mundial y es por ello que gran parte de su léxico posee una alta atracción por la utilización de morfemas directos o derivados de la lengua anglosajona. Desde un punto de vista interno en el sector, actualmente nos encontramos en un clima en el cual se da uso al español o al francés, pero debido a la ya reconocida presencia del inglés, se crea una síntesis entre los idiomas, dando lugar a nuevos morfemas, siendo algunos únicos a la especialidad de los videojuegos. Por lo tanto, surgen las siguientes preguntas: ¿debemos mantener las costumbres asociadas a combinar la base del léxico inglés, pero con terminaciones o conjugaciones españolas?, ¿es más correcto adaptar el léxico específico al idioma utilizado o mantenerlo independientemente del idioma base?

El objetivo principal es crear conciencia de que el ámbito de los videojuegos puede considerarse otra rama de las lenguas de especialidad. Es por ello que, como segundo objetivo, se busca una mayor visibilidad de la especialidad en sí misma, pero sobretodo poner el punto de mira en su léxico específico y su utilización. Existe bastante léxico de especialidad que podemos encontrar en la industria del videojuego y es común al que otras grandes empresas de la tecnología o de los negocios pueden poseer, pero es momento de centrarnos en aquellos términos que requieren un conocimiento del entorno y su modo de uso.

Hasta el momento, la metodología se ha centrado en la escucha y en una recolección escrita de diversas situaciones tanto formales como informales en el ámbito laboral. Próximamente, se procederá a realizar un breve cuestionario para descubrir más a fondo posibles nuevos neologismos y adaptaciones directas al español del inglés. La hipótesis que, por el momento, se plantea es que los usuarios utilizan los términos ingleses dentro de su discurso, aunque la lengua base no sea el inglés, dando lugar a una simbiosis entre las distintas lenguas. Además, en un porcentaje considerable de situaciones se toma la palabra inglesa, se crea una adaptación directa y se combina adecuadamente al sentido de la frase para que adquiera coherencia y cohesión.



Ponente: Isabella GALLARDO MOREIRA

Breve CV: Estudiante de doctorado en Estudios Hispánicos Avanzados por la Universitat de València, Máster en Letras por la Universidade de São Paulo (2014), Brasil, Licenciada en Filología Hispánica y Portuguesa por la misma universidad (2007). Entre sus temas de investigación están la pragmática lingüística, las manifestaciones de (des)cortesía lingüística, el español como lengua extranjera, el español como lengua de especialidad, los géneros discursivos electrónicos, la enseñanza de ELE y el español de los negocios.

Título: “El agradecimiento en e-mails profesionales: un análisis sociopragmático contrastivo entre el español peninsular y el portugués de Brasil”

Palabras clave: Comunicación en la empresa, español de los negocios, género discursivo, interculturalidad, pragmática.

Resumen: Sabemos que nuestra sociedad sigue cada vez más conectada y que la comunicación digital se desarrolla desenfadadamente. El uso de los sistemas de comunicación de la llamada era digital es cada vez más democrático, lo que ha favorecido la creación de distintos géneros discursivos y formas híbridas con elementos de oralidad y escritura (CRYSTAL 2001; YUS 2001). La comunicación digital crece al mismo ritmo de las nuevas tecnologías y extiende, con ello, su influencia a todos los sectores de la actividad humana y su impacto en la comunicación privada, pública y profesional es de gran magnitud. En el ambiente profesional, de la misma manera, la comunicación digital es cada vez más frecuente hoy por hoy. Entendiendo la importancia del correo electrónico como una de las formas de comunicarse más utilizadas en el entorno laboral y con el objeto de contribuir con los estudios del español de especialidad en la era de la comunicación digital, nuestro trabajo pretende describir un estudio sociopragmático contrastivo sobre el agradecimiento presente en un corpus discursivo compuesto de *e-mails* profesionales. Estos *e-mails* se dividen en dos grupos: el grupo de correos electrónicos escritos por brasileños, en portugués, y el grupo de correos electrónicos escritos por españoles, en español. A partir de unas preguntas e hipótesis inductivas previamente planteadas, nuestro objetivo ha sido investigar las formas de agradecer emitidas por brasileños y españoles en correos electrónicos del ambiente empresarial, en búsqueda de posibles diferencias y/o semejanzas en lo que toca a la frecuencia de aparición de este acto de habla, a las situaciones pragmáticas en las que se agradece en este género discursivo electrónico y a posibles valores culturales que posea este acto de habla. Para ello, adoptamos y utilizamos los principales conceptos teóricos de la Pragmática Lingüística, los estudios sobre la cortesía verbal y sus variaciones culturales, los estudios sobre la imagen y las teorías sobre los actos de habla. Tras un recuento de la frecuencia de formas de agradecimientos encontrados en los *e-mails* de cada grupo, analizamos las situaciones y valores pragmáticos de este acto de habla, según algunos conceptos estudiados. Los resultados encontrados nos sugieren, de hecho, que el agradecimiento parece tener más importancia pragmáticamente para el grupo de correos electrónicos escritos por brasileños. Además, podemos notar que, al menos en la comunicación empresarial, no siempre el agradecimiento aparecerá tras una acción hecha en beneficio del interlocutor; como dicen algunos estudios ya realizados, funcionará, en muchas situaciones, como una forma de cortesía ritual y el enunciadore optará por agradecer incluso antes de que la acción en su beneficio se concluya, ya sea para mantener la armonía de la interacción, ya sea para mantener una buena imagen social, por estrategia o para obtener su objetivo de manera más rápida y eficaz.



Ponente: Ana MANCERA RUEDA

Breve CV: Profesora titular en el Departamento de Lengua Española de la Universidad de Sevilla. Ha publicado seis monografías y una veintena de artículos sobre el estudio del español coloquial y las relaciones entre oralidad y escritura, tanto en el lenguaje literario como en el de los medios de comunicación. Actualmente forma parte del grupo IHDEA, dedicado a la Investigación en Humanidades Digitales y Español de América, en el seno del cual desarrolla sus investigaciones centradas en el discurso mediado por ordenador, especialmente en las interacciones producidas a través de las redes sociales y en los diarios digitales.

Título: “El “arte” de envolver pescado en la era de la comunicación digital: análisis del discurso periodístico en los cibermedios españoles”

Palabras clave: Prensa, discurso digital, cibermedio.

Resumen: “Recuerda que tus grandes exclusivas de hoy envolverán el pescado de mañana”, aconsejaba el periodista Walter LIPPMAN a sus becarios. Muchos cambios se han producido en el “arte” de envolver pescado –como suele denominarse al periodismo–, desde estas conocidas palabras formuladas en los albores del siglo XX, especialmente a raíz del nacimiento de las primeras ediciones digitales, a principios de la década de 1990. Cuatro son, según FIDLER (1998) y CABRERA (2000), las etapas que ha atravesado la prensa generalista en España, hasta alcanzar la diferenciación –en mayor o en menor medida– entre la edición impresa y la edición en línea. Así, durante la fase inicial, en Internet se volcaban íntegramente los contenidos en papel, de una forma que podríamos calificar como “facsimilar”. A la segunda fase en la evolución de los cibermedios (SALAVERRÍA 2005) se la denomina enriquecimiento, pues, aunque estos siguen basándose en la explotación de las estructuras prototípicas de los géneros periodísticos tradicionales, algunos comienzan a segmentar las informaciones haciendo uso del lenguaje hipertextual e incorporando vídeos. La tercera etapa en el desarrollo de un medio digital llega con la renovación de los formatos preexistentes. Por último, la fase de innovación representa el estadio más elevado en el desarrollo de un medio digital, pues en este tienen cabida nuevos géneros periodísticos en los que la interactividad, la ruptura de la linealidad secuencial propiciada por el hipertexto o el lenguaje multimedia “son consustanciales a estos géneros innovadores, y no simples añadiduras” (SALAVERRÍA y CORES 2005). ¿Cómo se han enfrentado los diarios españoles a los desafíos de la transformación digital? ¿Cómo han evolucionado los géneros periodísticos? ¿De qué estrategias discursivas se sirven los diarios para atraer a los internautas? Estas son algunas de las preguntas que pueden plantearse.



Ponente: Itziar MOLINA SANGÜESA

Breve CV: Doctora en Filología hispánica por la Universidad de Salamanca, institución en la que desempeña su actividad docente e investigadora, en el Departamento de Lengua Española de la Facultad de Filología. Asimismo, complementa sus investigaciones como lexicógrafa en el proyecto del *Nuevo Diccionario Histórico del Español (NDHE)* de la Real Academia Española, en el que redacta voces del léxico científico.

Título: “La zikosis: un neologismo médico en la era de la comunicación digital”

Palabras clave: Lexicografía, lexicología, neología, español de la medicina.

Resumen: El objetivo de esta comunicación consiste en poner de manifiesto la neología formal (GUTIÉRREZ RODILLA 1998) que opera en la formación de una serie de términos médicos modernos referidos a enfermedades. Para ello, trazaremos y analizaremos la historia del vocablo *zika* (así como la de otras voces emparentadas morfo-genética o etimológicamente con el mismo; a saber, *zikosis*, *antizika*), el cual forma parte de una de las familias léxicas publicadas en la última actualización del *Nuevo Diccionario Histórico del Español (NDHE)* de la Real Academia Española (15/02/2019).

Para llevar a cabo este análisis, seguiremos la metodología consignada para la redacción de *NDHE* (CAMPOS y PASCUAL 2012). Así, a partir de las fuentes documentales que cimentan este repertorio lexicográfico digital (CAMPOS 2018), comprobaremos, entre otras cuestiones, la dificultad que supone la adaptación de voces de origen foráneo a la lengua española y el impacto que la comunicación digital ejerce en la formación de nuevas voces de especialidad, como *zikosis* o *antizika*, ante situaciones de alarma y pánico social que generan -la previsión de- determinadas pandemias. Estudiaremos, por tanto, los recursos morfológicos implicados en estos procesos de neominia en el español de la medicina de las primeras décadas del siglo XXI y la tipología textual y discursiva en la que se consignan estas voces, así como su distribución en los países de habla hispana y su vitalidad o vigencia.

En síntesis, esta ponencia pretende ofrecer un acercamiento a los procesos de innovación léxica en las lenguas de especialidad y a las interferencias entre los registros jergales y coloquiales que se advierten en una serie de términos que estimamos relevantes para la caracterización del léxico médico actual.



Ponente: María del Carmen MORENO PAZ

Breve CV: Doctoranda en la Universidad de Córdoba (España). Sus líneas de investigación se centran en la traducción de ficción y la traducción de neología.

Título: “La localización de textos turísticos en Internet: análisis traductológico de una página web institucional de promoción turística en inglés”

Palabras clave: Buenas prácticas, español del turismo, género discursivo, traducción, evaluación.

Resumen: El turismo en España constituye uno de los sectores más importantes para la economía española, debido a la gran diversidad geográfica y cultural que ofrece a los visitantes extranjeros y a su amplia oferta de productos turísticos. Sin embargo, autores como DURÁN MUÑOZ (2008) señalan que, a pesar de la gran cantidad de turistas extranjeros que recibe y de los que depende el sector turístico, no se otorga valor a la traducción de los textos turísticos ni se presta atención a la importancia de la calidad, de modo que existe una gran falta de profesionalización y de experiencia.

Por otro lado, conviene destacar la importancia del desarrollo de Internet para la promoción de destinos turísticos y la divulgación de la información. Gracias a las prestaciones que ofrece la red, es indudable la importancia que han adquirido las páginas web como nuevo soporte de los textos turísticos, lo que ha motivado asimismo la creación de nuevos géneros textuales en este ámbito. En este sentido, en el presente trabajo nos proponemos analizar la localización al inglés de un género textual novedoso: las páginas web institucionales de promoción turística.

Los objetivos que se pretenden conseguir son fundamentalmente tres: a) delimitar el subgénero textual de páginas web institucionales de promoción turística dentro de la clasificación de los géneros textuales; b) llevar a cabo un análisis contrastivo de una página web institucional de promoción turística escrita originalmente en español y su traducción al inglés, teniendo en cuenta distintos niveles lingüísticos (ortotipográfico, morfosintáctico, léxico-semántico y pragmático-cultural) y distinguiendo las técnicas de traducción empleadas y los errores cometidos; c) analizar los datos de los resultados obtenidos a partir de una metodología que permita cuantificar las técnicas de traducción y los errores producidos, de modo que, en última instancia, nos permita evaluar de forma cualitativa el resultado de la traducción de acuerdo con la función del texto original y sus características pragmático-discursivas.

Puesto que el presente trabajo se centra en el análisis contrastivo de un sitio web institucional de promoción turística y su traducción al inglés, seguiremos una metodología basada en un enfoque descriptivo, que nos permita extraer posteriormente las conclusiones a raíz de la observación y análisis de los datos descritos. A partir de la observación de los datos recopilados, en última instancia estableceremos datos estadísticos sobre las técnicas y errores de traducción (según el número de segmentos en que aparecen) que nos permitan extraer conclusiones lo más objetivas posibles sobre la calidad de la traducción con respecto a su función comunicativa.

Tras el análisis de datos, mostraremos las conclusiones, que revelan que el sitio web analizado (correspondiente al Alcázar de los Reyes Cristianos de Córdoba) muestra numerosas deficiencias en cuanto a su traducción, no solo de carácter lingüístico sino también pragmático-cultural, lo que refleja la falta de profesionalización de la localización llevada a cabo. Finalmente, aportaremos una reflexión centrada en cómo mejorar la localización de este tipo de sitios web y adelantaremos vías futuras de investigación.



Ponente: Gracia PIÑERO PIÑERO

Breve CV: Profesora de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y miembro del Instituto Universitario de Análisis y Aplicaciones Textuales (IATEXT). Desarrolla su labor investigadora en torno a diversos aspectos del español, abordados desde el punto de vista lingüístico, comunicativo e intercultural. Sus resultados han aparecido en revistas indexadas sobre lingüística aplicada, lingüística cognitiva y estudios interlingüísticos e interculturales.

Título: “La representación metafórica de la corrupción en la prensa digital española”.

Palabras clave: Metáfora conceptual, corrupción, discurso de los medios de comunicación digitales

Resumen: Nuestra contribución examina los procesos metafóricos a los que recurre la prensa digital española para conceptualizar una realidad que persiste en todas las agrupaciones humanas y que se hace especialmente visible en las sociedades contemporáneas, en las que los medios de comunicación de diversa índole denuncian, amplifican y multiplican su presencia. Nos referimos particularmente a la corrupción, un complejo fenómeno político, económico y social, consustancial al ejercicio del poder en las naciones pasadas y presentes, que con frecuencia se categoriza a partir de su proyección figurada sobre una matriz de dominios cognitivos que nos proporciona las líneas de pensamiento a partir de las cuales los miembros de la comunidad articulan su representación.

Para acometer esta tarea, hacemos uso de un marco teórico que se ha revelado especialmente eficaz para el estudio de la metáfora y que supone la convergencia del análisis crítico del discurso y de la lingüística cognitiva (NÚÑEZ PERUCHA 2004, 2010, 2011), dos disciplinas que se aproximan al estudio del texto integrando su dimensión social y su dimensión individual (VAN DIJK 1997, 1998, 2009; FAIRCLOUGH 2003; CHILTON 2004, 2005; WODAK 2006).

Con estos planteamientos, analizamos un corpus constituido por artículos de opinión (YANES MESA 2004) sobre temas políticos extraídos de la prensa digital española de mayor difusión correspondiente al intervalo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013. Este corpus, en el que se recoge tanto la voz de los representantes públicos como la de los periodistas, quienes se hacen eco de ellos informando y creando opinión, se gesta en momentos de grandes turbulencias políticas, sociales y económicas, motivadas por la crisis económica mundial que se desencadena en el año 2008 y que, en el caso español, ocasiona un estado de emergencia social en amplios sectores de la población (MIR 2009). Tales circunstancias tienen lugar al tiempo que los medios de comunicación se hacen eco de los frecuentes casos de corrupción que sientan en el banquillo a políticos deshonestos que hacen un uso ilegítimo de los recursos públicos con fines lucrativos.

En este contexto, nuestro análisis indica que los firmantes de los artículos de opinión del corpus componen una fotografía conjunta de la corrupción que se asienta sobre la base de tres pilares: el primero la define como una entidad que daña, destruye o contamina y se concreta en su proyección figurada sobre dominios origen que comparten la facultad de poner en peligro o destruir aquello sobre lo que actúan: enfermedad, termita y sustancia contaminante; el segundo conceptúa la corrupción como robo y crimen organizado, como el acto de apropiarse con violencia de lo ajeno, a través de su encuadre en los dominios saqueo y mafia; finalmente, el tercer pilar, que cierra la fotografía figurada de la corrupción que nos ofrecen estos textos, la identifica con una entidad que se adueña del territorio y que se sustancia en una personificación, que convierte el envilecimiento moral en un colonizador del país.



Ponente: Juan Miguel PRIETO HERNÁNDEZ

Breve CV: Doctor en Filología Hispánica y responsable del Área de evaluación de Cursos Internacionales de la Universidad de Salamanca. Representante de la Universidad de Salamanca en ALTE. Sus intereses de investigación incluyen los sistemas de evaluación certificativa (DELE, SIELE, USAL esPro...), el análisis psicométrico de las pruebas de dominio y la metodología y evaluación de segundas lenguas en el aula. Ha impartido seminarios de formación en España y en el extranjero y es coautor de métodos de enseñanza de ELE y de artículos especializados.

Título: “Diseño de un examen adaptativo para medir el grado de competencia del español con fines profesionales: LanguageCert USAL esPro”

Palabras clave: Certificación – Evaluación – Examen adaptativo – Competencia lingüística – Español con objetivos profesionales.

Resumen: La determinación del grado de competencia y dominio del español de especialidad es una necesidad cada vez más demandada por escuelas de negocios, universidades, empresas, etc. El incremento en la utilización de los soportes digitales para acceder a la información y para establecer comunicaciones que ha vivido la sociedad en general desde el lanzamiento al mercado de la primera computadora personal en 1982 y, en particular, en el ámbito profesional, científico y técnico, aconseja que la acreditación del nivel se haga por medio de procedimientos informáticos.

OBJETIVOS

- Diseñar una prueba de dominio con la que se puedan realizar inferencias en relación con el grado de desarrollo de las competencias comunicativas de la lengua de los alumnos del español de especialidad y de su capacidad de ponerlas en funcionamiento en tareas que simulen las situaciones que se producen en la *vida real*. Los ítems de las tareas que se incluyan deben estar vinculados con la escala de niveles del *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*.
- Medir desde el nivel A1 hasta el C2 por medio de la realización de una prueba adaptativa informatizada de manera que se determine con precisión el nivel de los candidatos en una escala de 0 a 100 puntos en cada una de las destrezas.
- Detallar el procedimiento de realización de una prueba de Expresión oral en un entorno digital.

MÉTODOLOGÍA

Para llegar a cumplir los objetivos detallados arriba se hace preciso utilizar teorías de los tests. Las dos grandes teorías que pueden utilizarse para construir y analizar los tests son la Teoría Clásica de los Tests (TCT), enfoque predominante en la construcción y análisis de los ítems cuyos orígenes se remontan a comienzos del siglo XX, y la Teoría de Respuesta a los Ítems (TRI), que se considera que tuvo su origen en el trabajo del matemático danés Georg Rasch de 1960, que resulta imprescindible para la aplicación de un Test adaptativo informatizado (TAI).

TEORÍA

Para realizar el trabajo de diseño de la prueba adaptativa hemos utilizado la TRI, teoría por medio de la cual es posible relacionar las puntuaciones de cada uno de los ítems con el constructo y de estimar el valor de un sujeto en este constructo por medio de patrones de respuesta. En la TRI la colocación de las personas en el espacio del atributo depende de la cantidad que tengan de este, mientras que los ítems se sitúan dependiendo de la cantidad de rasgo que exijan para su correcta ejecución, lo que se denomina *dificultad* del ítem. Una vez que conocemos esta dificultad es posible detallar los algoritmos adaptativos que se utilizan en un TAI.

RESULTADOS

La prueba adaptativa diseñada ofrece resultados equivalentes e igual de válidos a los que se obtienen en un examen en papel, aunque el cálculo de las puntuaciones en la prueba adaptativa debe realizarse de manera diferente a la del examen progresivo. En las versiones progresivas se cuenta el número de respuestas correctas que tiene el candidato en el examen y se determina cuál es la localización en la escala, mientras que, en la adaptativa, como los ítems a los que responden los candidatos pueden no tener el mismo nivel ya que las tareas se adaptan al nivel del estudiante, es preciso utilizar un procedimiento diferente. También detallaremos una propuesta de realización de una prueba de Expresión oral en la que exista interacción en un entorno digital.



Ponente: Álvaro RAMOS RUIZ

Breve CV: Estudiante de doctorado en Ciencias Sociales en la Universidad de Granada (España) donde lleva a cabo su proyecto de investigación doctoral, a través de un contrato FPU del Ministerio de Educación de España, impartiendo docencia en el área. Es miembro del grupo de investigación SClmago-UGR. Asimismo, ha participado en diferentes congresos internacionales y ha publicado en editoriales de prestigio internacional. Sus líneas de investigación se centran en el sesgo ideológico, la fraseología y el discurso periodístico.

Título: “El sesgo ideológico en la prensa digital: la cobertura del *Brexit*”.

Palabras clave: Análisis del discurso, lengua de especialidad, discurso especializado, lingüística de corpus, español de la economía

Resumen: En la actualidad, el ámbito digital gana cada vez más relevancia en el periodismo. La irrupción de Internet ha conllevado la adaptación de los periódicos tradicionales al formato digital, así como una transformación en el proceso de producción informativa, ya que la prensa adapta las especificidades de Internet. Por otro lado, el salto de los periódicos a la Red ha producido un incremento del consumo de la prensa, gracias al carácter multimedia de la edición digital y el acceso a ella desde distintos dispositivos. Cabe señalar que la prensa es uno de los medios más relevantes por su condición de actor social y político en la configuración de las sociedades modernas. Gracias a Internet, la prensa ha conseguido conformar un nuevo canal de difusión en la Red, que posee un lenguaje propio y unas características comunicativas diferentes a la edición impresa. Por tanto, la prensa, con ayuda de Internet, puede realizar una cobertura más completa de los acontecimientos, debido a su carácter multimedia y a la inmediatez que le proporciona la Red.

La salida del Reino Unido de la Unión Europea (UE), conocida como el *Brexit*, ha sido un hito sin precedentes en la historia de la Unión. Por este motivo, el *Brexit* ha tenido una gran repercusión social, especialmente en el continente europeo, por lo que este hecho ha recibido una amplia cobertura mediática desde el inicio del proceso hasta la actualidad, ocupando un lugar destacado en los medios. Por otro lado, la cobertura que cada medio realiza de este acontecimiento se ve influenciada por la línea editorial marcada por la dirección del medio, lo que implica un sesgo ideológico en el tratamiento de la información que puede dar lugar a que el lector obtenga una visión distorsionada del acontecimiento tratado, como es el caso del *Brexit*.

El objetivo de esta investigación consiste en evaluar el tratamiento informativo que ha recibido el *Brexit* en la prensa digital española, centrándose en el análisis del sesgo ideológico. Para ello, nos basamos en la teoría del encuadre (en inglés, *framing theory*), un paradigma multidisciplinario que permite abordar globalmente el estudio de los efectos de los medios de comunicación (ARDÉVOL-ABREU 2015). Asimismo, hemos utilizado una adaptación del estudio de lenguaje periodístico digital de una metodología de análisis (JIMÉNEZ YAÑEZ 2017) que ya se ha empleado en otros estudios previos (RAMOS RUIZ y RAMOS RUIZ 2018). El corpus de textos utilizado se compone de artículos de información y opinión que tratan dos de los acontecimientos más relevantes relacionados con el *Brexit*: el referéndum de salida de 2016 y la votación del parlamento británico de 2019.

En cuanto a la metodología, se ha llevado a cabo un enfoque doble: cuantitativo y cualitativo. Para ello, se ha procesado el corpus con la ayuda de dos programas informáticos: *Sketch Engine*®, para la obtención de listas de palabras y de combinaciones léxicas, y *Lingmotif*®, que proporciona información sobre la carga sentimental de los textos.



Ponentes: Rosario RODRÍGUEZ DÍAZ (1), Esther RODRÍGUEZ VIDALES (2), Ismael RAMOS RUIZ (3)

Breve CV: (1) Doctora en Sociología por la Universidad de Granada. Profesora titular del departamento de Sociología de la Universidad de Sevilla. Responsable del Grupo de Investigación FENIX. Sus líneas de investigación versan sobre: emprendimiento de género, lenguaje inclusivo y género.

(2) Doctora en Sociología por la Universidad de Sevilla. Profesora titular, adscrita al departamento de Sociología en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla. Miembro del Grupo de Investigación FENIX. Sus líneas de investigación versan sobre: género, lenguaje inclusivo, emprendimiento de género.

(3) Doctor en Traducción e Interpretación por la Universidad de Granada. Profesor contratado de español (LEA) en la Universidad de Caen Normandía. Miembro del Grupo de Investigación FENIX. Sus líneas de investigación versan sobre: lingüística cognitiva, fraseología, terminología y análisis del discurso.

Título: “*Las redes sociales como perpetuadoras del lenguaje sexista: un análisis diacrónico de lemas descalificadores*”.

Palabras clave: Lenguaje sexista, género, redes sociales, diccionario de la Lengua Española

Resumen: La eclosión de las nuevas vías tecnológicas de la comunicación en las postrimerías del siglo pasado y comienzos del XXI ha propiciado, entre otras, una incesante evolución de las denominadas redes sociales virtuales (RSV), gracias al abanico de posibilidades que presentan para enlazar y relacionar personas que se encuentran dispersas geográficamente. Es más, se trata del fenómeno por excelencia que ha mutado desde el ya arcaico y sólido concepto de «relaciones sociales» en el que se ha venido asentando nuestra humanidad. Sus resultados están provocando un cambio sociocultural sin precedentes. Sin embargo, la materia prima de la que se nutren las relaciones sociales, sean virtuales o presenciales, es el lenguaje, aunque el *modus procedendi* implique diferencias consustanciales de hondo calado.

Internet está permitiendo una ampliación de nuestros círculos sociales a gran escala en la gran Red o ágora digital, pero este lugar global e invisible, en ciertos casos, nos retrotrae a una jungla sin ley o al tribalismo salvaje. La brecha social y de género se reaviva en estos ámbitos virtuales donde identidades, normas y valores se licúan. En efecto, el color de piel, la identidad de género o la tendencia sexual se convierten en dianas «fáciles de las agresiones en línea». La violencia *online* suministrada con adjetivos ofensivos vinculados al género: «zorra», «histérica» o «maricón» son algunos de los términos que llenan las redes sociales (BARRERA 2017; VERGÉS 2017).

El planteamiento de base de nuestra propuesta es la relación indisoluble entre lenguaje y sociedad. El lenguaje, como recurso que estructura las relaciones sociales, es refractario de la propia sociedad (BLACKLEDGE 2009; BLOMMAERT 2010; O’ HALLORAN & SMITH 2011). La lengua, consustancial al género humano, es un patrimonio heredado que, inmerso en un sistema patriarcal, cristaliza en un lenguaje sexista. Las unidades léxicas y las expresiones —configuradas por la sociedad— son las piezas estructurales con las que se «piensa», se «percibe» y se «interpreta» el mundo. Por otro lado, la «conciencia lingüística» de una lengua queda estandarizada y codificada en los diccionarios. El carácter normativo de nuestro léxico, además de su orientación interpretativa y legislativa, hace de los diccionarios obras textuales de la realidad.

El objetivo del presente trabajo consiste en identificar las connotaciones culturales sobre lo masculino y lo femenino que subyacen en los lemas que tratan los prototipos de varones y mujeres en el *Diccionario de la Lengua Española* (DLE). En esta investigación, hemos llevado a cabo un análisis discursivo de lemas estereotipados y prejuiciosos de género a través de un proceso temporal plasmado en las diferentes ediciones *online* del DLE —modelos oficiales— de los siglos XX y XXI. Su novedad radica en el carácter diacrónico de los léxicos estudiados. Se trata de una revisión de las definiciones de los vocablos que proliferan en la violencia *online* de las redes sociales. Iniciamos nuestra andadura con la décimo cuarta edición —1914— (s. XX) y llegamos a la vigésimo tercera y actual de 2014 (s. XXI). Los hallazgos ponen de manifiesto que la Academia reproduce y perpetúa el contenido sexista de lemas que sostiene unas relaciones sociales asimétricas presenciales y virtuales propias de una sociedad patriarcal. Por ejemplo, podemos señalar la inclusión en la edición de 2014 de nuevos lemas, como *nenaza*, «varón afeminado y cobarde», lo que indica que persisten las voces estereotipadas de género.



Ponente: Víctor Hugo SAJOZA JURIC

Breve CV: Docente investigador de la Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Profesor de grado y de posgrado en diferentes carreras de la UNC. Director del Departamento de Idiomas con Fines Académicos. Director alerno de la Maestría en Procesos Educativos Medidos por Tecnologías. Editor de la Revista VESC (Virtualidad, Educación y Ciencia). Coordinador Académico de la Especialización en Traducción Jurídica y Económica. Director del grupo DITTIC (Didáctica de la Traducción y de la Interpretación y TIC).

Título: *“Competencias ciberculturales, español de especialidad y virtualidad: ¿Una nueva agenda didáctica?”*.

Palabras clave: TIC, didáctica, competencia cibercultural.

Resumen: El impacto del uso de las tecnologías en los procesos de enseñanza y aprendizaje de lenguas ha puesto de manifiesto la necesidad de una actualización sobre las miradas que se vienen desarrollando en el ámbito de las lenguas en general y de especialidad en particular. Los diferentes modelos didácticos giran en torno del concepto de competencias y cada uno adhiere a una concepción variada de éstas. No obstante, existe un enfoque particular que apunta a la adquisición de la competencia cibercultural en términos de habilidades subyacentes necesarias no sólo para el aprendizaje de una disciplina en especial sino como estrategias transversales. El objeto de esta conferencia es abordar las causas por las que estas nuevas miradas sirven para reconstruir la agenda didáctica de la enseñanza del español de especialidad.



Ponente: Cristina VELA DELFA (1) y Lucía CANTAMUTTO (2)

Breve CV: (1) Profesora del Departamento de Lengua Española de la Universidad de Valladolid. Actualmente imparte Teoría del Lenguaje en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus María Zambrano de Segovia. Obtuvo Premio Extraordinario de doctorado por una tesis sobre el correo electrónico como género discursivo emergente en el discurso digital (Universidad Complutense de Madrid). Codirige el proyecto CoDiCE (Comunicación Digital: Corpus del Español) y la Revista REDD (Revista de Estudios del Discurso Digital).

(2) Profesora, licenciada y doctora en Letras (Universidad Nacional del Sur, Argentina). Su tesis doctoral bajo la temática “Economía y expresividad lingüísticas: aspectos pragmáticos de la comunicación por SMS en español bonaerense” fue financiada por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). Codirige el proyecto CoDiCE (Comunicación Digital: Corpus del Español) y la Revista REDD (Revista de Estudios del Discurso Digital).

Título: “Estudio comparativo de los Emojis frecuentes en dos variedades de español (Argentina y España)”.

Palabras clave: Análisis del discurso, género discursivo, pragmática, variación.

Resumen: Dentro de los recursos semióticos disponibles en los sistemas de mensajería instantánea, los emojis son especialmente apreciados por los usuarios gracias al variado repertorio que ofrecen y a su capacidad para dinamizar la interacción. Ante el crecimiento de su uso, nos planteamos la necesidad de disponer de una técnica metodológica que permita no solo identificar los emojis más frecuentes (es decir, los que tengan un uso más extendido en una comunidad de habla), sino también sus principales funciones e interpretaciones más usuales. Por ello, en este trabajo presentamos, por un lado, una metodología que hace posible recuperar los emojis utilizados con mayor frecuencia por parte de un grupo de usuarios de WhatsApp y, por otro, un modelo de exploración e interpretación de estos primeros datos obtenidos. Nuestro diseño metodológico se aplica a la recogida de una muestra comparativa de dos variedades del español: español de España y español de Argentina. Consideramos que los datos arrojados pueden aplicarse a la enseñanza del español como lengua extranjera desde una perspectiva variacionista.



Ponente: Hildegard VERMEIREN

Breve CV: Obtuvo el doctorado en Lenguas y Literaturas Romances en la Universidad de Amberes. Enseñó Interpretación de enlace y de conferencias entre el neerlandés y el español en la Universidad de Gante hasta 2018. Enseñó también Tecnologías de la Interpretación, Audiodescripción, y Cultura y Actualidad Latinoamericanas. Actualmente es investigadora en la Universidad de Gante. También es intérprete y traductora entre el español, el francés y el neerlandés. Publicó estudios sobre interpretación, especialmente de enlace.

Título: “Facebook, Cambridge Analytica, Gmail... ¿Qué hacer con nombres propios ingleses cuando interpretamos hacia el español?”

Palabras clave: Traductología, análisis del discurso, buenas prácticas, español de especialidad

Resumen: Las Facultades de Interpretación forman a expertos en interpretación. Un desafío muy actual es saber qué hacer con los lenguajes semitécnicos como el de las TIC, cuya terminología está sobre todo en inglés. En mi ponencia trataré el caso de los epónimos o nombres propios (Np) ingleses como *Facebook*, *WhatsApp*, *Gmail* y su opacidad/claridad en la comunicación en español.

Objetivo. Mi meta es definir estrategias que los futuros intérpretes podrán usar en el desempeño de su actividad profesional. Se trata de estrategias para remediar la opacidad de un Np inglés a lo largo de una unidad discursiva (interpretación consecutiva o simultánea) en español. Desde el enfoque discursivo profundizaré en la *aclaración o ampliación* preconizada de NEWMARK (1981) y BALLARD (2001), y que SETTON y DAWRANT (2016) califican como “optimización del contenido para mejorar la comunicación”. Los libros de estilo de El País (2014) y de la Cadena SER (2017) recomiendan asimismo añadir una aclaración a extranjerismos.

Metodología. Recopilo materiales a partir de la prensa escrita de tres países hispanohablantes. Se trata de un corpus de 110 artículos periodísticos sobre seguridad en Internet y TICs. Los artículos están plagados de semitecnicismos ingleses, tanto nombres comunes (Nc) como nombres propios (Np). Pocos son admitidos por la RAE. El corpus es relevante también porque tanto periodistas como intérpretes son conscientes de ser protectores de su idioma y de la necesidad de comunicar con el público y seguir tendencias (COTTER 2010).

El software NVivo permite reunir materiales para búsquedas rápidas. Haré un análisis discursivo de las ocurrencias de Np de marcas, empresas, servicios, o productos. Estudiaré: 1) la opacidad o claridad referencial; 2) el efecto de coherencia creado por la coexistencia del Np y de su término genérico; y 3) el efecto de cohesión logrado gracias a la repetición conjunta o por separado del Np y el Nc.

Teorías. Me baso en las teorías de análisis del discurso, especialmente aquellas dedicadas a la coherencia textual (GERNSBACHER y GIVÓN 1995, GIUFFRÉ 2017). Las complementan las teorías de las competencias del intérprete (SAWYER 2004, SETTON y DAWRANT 2016) en particular la competencia de evaluar cuánta información necesita el público (sea iniciado, sea no experto) para entender la comunicación (máxima de cantidad de GRICE). Las llamadas “estrategias de traducción” sirven para crear coherencia y cohesión en el paso entre las lenguas fuente y meta.

Resultados. Constataciones: i) La opacidad de los Np es un fenómeno que se da de forma paulatina: algunos necesitan más aclaraciones. ii) Es frecuente (aunque no universal) la coexistencia del Np con un Nc genérico. iii) Frecuente reiteración del Np o Nc, aparición conjunta o por separado; Nc puede sustituir al Np.

Sugiero las siguientes estrategias de interpretación:

1) Fase de preparación:

- Documentarse sobre el tema específico y anticipar sus Nps.
- Evaluar la opacidad de los Np para el público (experto o no experto).
- Elucidar cuál es (en la lengua meta) el término genérico de cada Np.

2) Fase de interpretación:

- Hacer que el Np coexista con su Nc genérico (en lengua meta) al inicio de la unidad discursiva. Repetir Np y Nc y relacionarlos de nuevo para crear cohesión y coherencia.

Las mismas estrategias son extrapolables hacia los Nps de otros ámbitos o en traducciones hacia otros idiomas.

