

02

--

2020



CEU Ediciones

Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales

M O N O G R Á F I C O S

TÍTULO

REALIDAD Y LENGUAJE EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL

COORDINADORES  
CIENTÍFICOS

**M.ª Concepción Maldonado González.** Universidad Complutense de Madrid

Doctora en Lingüística Hispánica por la Universidad Complutense de Madrid, en la actualidad es profesora en el Departamento de Lengua Española y Teoría de la Literatura de la Facultad de Filología en la Universidad Complutense de Madrid, y ejerce la docencia en la Facultad de Ciencias de la Información. Miembro del Grupo de

Investigación *El discurso en los medios de comunicación (interacción entre la lengua, estilos, tipología e historia de los géneros en los medios)*, ha participado en diversos proyectos de investigación con la Universidad Complutense, la Universidad Autónoma de Madrid, y la Universidad San Pablo-CEU. Sus líneas de investigación se centran, especialmente, en lexicografía, en el discurso reproducido y en didáctica de la lengua. Creadora en 1989 del departamento de lexicografía del grupo editorial internacional SM, ha sido su directora desde entonces hasta noviembre de 2018.



**Pilar Fernández Martínez.** Universidad CEU San Pablo

Doctora en Lingüística Hispánica por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido Secretaria Académica de la Facultad de Humanidades y CC. de la Comunicación, así como Directora de los Departamentos de Periodismo y de Filología de dicha facultad. Profesora de Lengua Española en los Grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Comunicación Digital, y profesora en el Máster Universitario en Radio COPE. Ha participado en diferentes congresos nacionales e

internacionales, así como en distintos proyectos de I+D+i competitivos y precompetitivos. Sus líneas de investigación actuales se centran en la lexicografía y en la relación existente entre la lengua y los distintos medios de comunicación, tanto desde un punto de vista teórico (gramática normativa) como pragmático.

DESCRIPCIÓN  
Y  
EJES TEMÁTICOS

El español es la segunda lengua materna más hablada en el mundo (por detrás del chino mandarín) y la tercera lengua más utilizada en internet. Millones de hablantes de español, desde cualquier parte del mundo, se acercan cada día a distintas páginas webs, aplicaciones de teléfonos móviles o diferentes redes sociales, para buscar información, para realizar sus compras, para exponer sus ideas o para comunicarse con otros usuarios.

Este monográfico pone el foco en alertar sobre el peligro y la irresponsabilidad que para el estudio de la lengua española supondría ignorar los medios digitales como espacios masivos de comunicación en nuestra lengua.

	<p>Por un lado, las grandes empresas de venta <i>on line</i>, y no los departamentos de lingüística de las universidades, son quienes lideran los desarrollos de programas lingüísticos de procesamiento del lenguaje natural (conversión de voz a texto escrito, y de texto a voz; analizadores morfosintácticos; desambiguadores; búsquedas por metadatos, basados en una arquitectura léxica que se construye a partir de <i>palabras clave</i>, es decir, a partir del léxico; etc.). Al mismo tiempo, los usuarios generan en las redes sociales tal cantidad de textos escritos y orales que, hoy en día, el ecosistema digital constituye el mayor corpus de estudio de los distintos usos lingüísticos, por mucho que algunas voces contrarias a ese enfoque invaliden dicho corpus, al no estar regido por la corrección normativa.</p> <p>Por ambas razones, se hace necesario alertar sobre la necesidad de atender al ecosistema digital para estudiar el uso real que de nuestra lengua hacemos los hablantes de español. Un análisis pormenorizado de estos textos digitales nos permite estudiar, con fiabilidad y a partir de datos objetivos, campos tan dispares y, a su vez, complementarios, como, por ejemplo, el sesgo ideológico subyacente en cualquier texto de opinión (y, por desgracia, en numerosos textos informativos); la manipulación, consciente o no, de la visión del mundo transmitida en cualquier mensaje; la reivindicación de usos locales frente al panhispánico más oficial; o la distinta visión de la norma culta que se esconde detrás del concepto de <i>corrección</i>, etc.</p> <p>Este monográfico pretende servir de referencia para conocer investigaciones que pongan de manifiesto la importancia de acudir al ecosistema de internet para estudiar el español tanto en la descripción de nuestro sistema lingüístico, como en el estudio de la relación entre lenguaje y realidad.</p> <p><b>Palabras clave</b> Internet, español, lengua española, ecosistema digital, corpus, uso, norma, relación lenguaje-realidad.</p> <p><b>Ejes temáticos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El concepto de <i>norma</i> en el español en internet</li> <li>- El concepto de <i>variación</i> en el español en internet</li> <li>- Los neologismos en el español de internet</li> <li>- El español en las redes sociales: usos y convenciones</li> <li>- Ideología y lenguaje en internet</li> <li>- El uso de internet como corpus lingüístico</li> <li>- Usos locales y usos panhispánicos en el español de internet</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>CALENDARIO</b></p>	<p>Fecha límite para el envío de manuscritos: <b>30/06/2020</b> Fecha de publicación del monográfico: <b>15/12/2020, DOXA n.º 31</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>REVISORES CIENTÍFICOS PROPUESTOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Dra. Teresa Aizpún Bobadilla.</b> Universidad Rey Juan Carlos</li> <li>- <b>Dra. Ana Bravo.</b> Universidad de Murcia</li> <li>- <b>Dra. M<sup>a</sup> Ángeles Carrasco Gutiérrez.</b> Universidad de Castilla-La Mancha</li> <li>- <b>Dra. Soledad Chávez Fajardo.</b> Universidad de Chile</li> <li>- <b>Dr. Eladio Duque Gómez.</b> Universidad Complutense de Madrid</li> <li>- <b>Dr. Alberto Hernando García-Cervigón.</b> Universidad Rey Juan Carlos</li> <li>- <b>Dr. Humberto Hernández Hernández.</b> Universidad de La Laguna</li> <li>- <b>Dra. Isabel Hernández Toribio.</b> Universidad Complutense de Madrid</li> <li>- <b>Dra. Ivana Lončar.</b> Universidad de Zadar (Croacia)</li> <li>- <b>Dr. Ricardo Morant Marco.</b> Universidad de Valencia</li> <li>- <b>Dra. Teresa Rodríguez Ramalle,</b> Universidad Complutense de Madrid</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Dr. Juan Francisco Torregrosa Carmona.</b> Universidad Rey Juan Carlos</li> <li>- <b>Dr. Fernando Vilches Vivancos.</b> Universidad Rey Juan Carlos</li> </ul>
<b>NORMAS ESTILÍSTICAS BÁSICAS</b>	<p>Los manuscritos podrán tener un mínimo de 5.000 y un máximo de 10.000 palabras. Se enviarán en formato Word (.doc/.docx), letra Times New Roman, cuerpo 12, interlineado sencillo, márgenes estándar.</p> <p>Deberán contener, en español y en inglés, título, resumen (entre 150 y 200 palabras) y 5 palabras clave.</p> <p>Se deberá aportar por cada autor: nombre y apellidos, dirección de correo electrónico, código ORCID y un breve CV de unas 100 palabras.</p> <p>El contenido tendrá una estructura de artículo científico: introducción, metodología, resultados y conclusiones.</p> <p>Los epígrafes se enumerarán en arábigos siguiendo la estructura estándar 1., 1.1, 1.1.1, etc.</p> <p>Las tablas y/o figuras se enumerarán en arábigos del 1 al infinito, indicando la fuente y la autoría.</p> <p>Las citas se introducirán en el texto con formato Harvard (p. e.: Bauman, 2010: 126), no a pie de página. El apartado de referencias bibliográficas incluirá exclusivamente las obras citadas en el trabajo, que serán mayoritariamente actuales y se presentarán en formato APA con indicación del DOI cuando lo tengan.</p> <p>Se recomienda consultar las normas completas de publicación en la web de la revista (<a href="http://www.doxacomunicacion.es">www.doxacomunicacion.es</a>), así como el último número publicado para visualizar el estilo y la maquetación final de los artículos.</p>
<b>NORMAS DE ENVÍO Y DE PUBLICACIÓN</b>	<p>Los textos se deben enviar a través de la plataforma OJS de la revista Doxa Comunicación en RECYT, cuyo enlace directo es: <a href="https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/information/authors">https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/information/authors</a></p> <p>No se aceptarán envíos a través del correo electrónico.</p> <p>Los autores deberán registrarse en la plataforma y cumplimentar todos los metadatos requeridos en el proceso de envío.</p> <p>Los autores se asegurarán de que la versión de sus manuscritos está anonimizada (se recomienda borrar las huellas digitales de autoría que aparecen en las propiedades del documento).</p> <p><b>Aviso importante a los autores:</b></p> <p>La revista Doxa Comunicación publica todos los artículos y ensayos científicos en español y en inglés desde 2016. El autor se compromete a proporcionar una traducción consistente de su manuscrito en caso de que supere positivamente el proceso de revisión externa por pares ciegos y sea aceptado para su publicación.</p> <p>La revista ha seleccionado a un grupo de traductores nativos con nociones del campo de conocimiento de la revista, con los que ha acordado un precio ventajoso para los autores que no puedan proporcionar por sus medios una traducción consistente. El coste de este servicio será asumido por el autor.</p> <p>La edición bilingüe supone un salto cualitativo para la revista y para los autores, al permitir la difusión de los artículos entre comunidades científicas más extensas e incrementar el número de lectores, y con ello, el potencial impacto de la investigación.</p>
<b>PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN</b>	<p>Doxa Comunicación es una revista científica de acceso abierto y gratuito, de acuerdo con la Declaración de BOAI.</p> <p>Todos los contenidos son cargados en bases de datos y repositorios nacionales e internacionales de libre acceso.</p>

A todos los artículos y ensayos científicos publicados en las secciones “Miscelánea” y “Monográfico” se les asignará un DOI, y serán publicados en tres formatos de lectura: PDF, ePub y HTML.

Se invita a los coordinadores de los monográficos y a los autores a que colaboren con la revista en la difusión del *Call for Papers* a través de sus propias redes y contactos.

Igualmente, pueden sugerir el nombre de instituciones, entidades y asociaciones relacionadas con el contenido del monográfico para que sean citadas en la cuenta de Twitter de Doxa Comunicación (@DoxaCom) y se les compartan los contenidos publicados.