

PRESENTACIÓN

En este número, la revista *Normas* (2014) inicia una nueva andadura, ya que apuesta por una articulación en dos secciones. La primera sección se coordina a partir de un tema monográfico e incluye todos aquellos artículos relativos al tema o cuestión abordados en ese número; la segunda incorpora los artículos, cuyo nexo de unión se basa en la descripción de aspectos normativos del español. Esta doble articulación permite al lector la consulta agrupada de estudios e investigaciones del tema objeto de su interés y otorga mayor cohesión a todos los artículos allí incluidos. La temática de la segunda sección mantiene la trayectoria de la revista en su rumbo inicial, vinculada a la caracterización de la norma del español.

En concreto, este número monográfico, titulado *Cibergéneros y estrategias pragmatolingüísticas en el turismo 2.0*, se ubica en el gran interés que ha despertado el análisis de los géneros electrónicos del turismo 2.0. Este interés surge tanto por la importancia que supone la descripción teórica de estos *cibergéneros*, como por las posibles aplicaciones que se puedan establecer a partir del análisis teórico y descripción de un corpus de *cibergéneros*. De este modo, la lingüística asume una función de transferencia del conocimiento y de los resultados al entramado social y económico en la sociedad actual.

Además, las aportaciones de este monográfico constituyen una prueba de la interrelación de distintos grupos de investigación. Así, el proyecto *Linguaturismo*, dirigido por la catedrática M.^a Vittoria Calvi (Universidad de Milán), en el que participan distintas universidades italianas, y el proyecto COMETVAL (*Análisis léxico y discursivo de corpus paralelos y comparables en español, inglés y francés de páginas electrónicas de promoción turística*), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, dirigido por la coordinadora de este monográfico e integrado por profesorado de cinco universidades españolas, han articulado diversas colaboraciones en forma de congresos internacionales y publicaciones conjuntas. De hecho, este monográfico cuenta con la participación de investigadoras de las universidades de Almería, Málaga, Bérgamo, Bolonia-Forlì, Verona o Chieti-Pescara.

La sección monográfica queda integrada por seis artículos. El primero de ellos, «Gestión del léxico turístico en páginas webs hoteleras de promoción: un ejemplo de alojamientos en la Comunidad Balear», de María Loreto Cantón Rodríguez (Universidad de Almería), caracteriza el léxico turístico como una herramienta esencial en la comercialización y promoción de los establecimientos de alojamiento turístico en un corpus de páginas web de la Comunidad Balear, dada la importancia que adquiere este destino turístico en el mercado español. Para la descripción del léxico, introduce el corpus compilado en el programa informático Antconc y analiza desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa los sustantivos y adjetivos más frecuentes.

Los artículos segundo y quinto estudian la descortesía y la cortesía en dos géneros distintos. Así, el artículo «Descortesía en las páginas FB de festivales de música», de

Luisa Chierichetti (Università degli Studi di Bergamo), aborda las interacciones que se llevan a cabo en Facebook, una de las redes sociales empleadas como instrumento en la comunicación y en la promoción turística, una promoción en la que participa notablemente el propio usuario. En concreto, compila un corpus de páginas relacionadas con cuatro festivales de música, inserto en el considerado como *turismo musical*. Concibe estas páginas como un *macrogénero* al integrar una variedad de materiales muy diverso y, además, destaca el vínculo de solidaridad que establecen los usuarios al participar en esta comunidad. De estas páginas, analiza las unidades discursivas del *muro* que pueden ser consideradas como una estrategia comunicativa para atacar la imagen del otro, las dinámicas conflictivas que se generan y su rentabilidad desde la perspectiva de la promoción del propio evento musical.

Por su parte, el artículo de Sara Piccioni (Università «G. D'Annunzio» di Chieti-Pescara), «Cortesía y lengua de especialidad entre lo local y lo global: el caso de las reseñas de hoteles en español e inglés», versa sobre el fenómeno de la cortesía y de la imagen, aplicado a un corpus de reseñas u opiniones de los clientes sobre hoteles. Se compara un corpus bilingüe de español (procedente de plataformas nacionales e internacionales) y de inglés (de plataformas internacionales), para comprobar las distintas estrategias empleadas en ambas lenguas y su contraste con la evolución de este género a partir de su internacionalización. Se caracteriza con precisión la atenuación e intensificación de los adjetivos de las reseñas.

El tercer artículo, «Aspectos pragmáticos-lingüísticos del discurso del turismo de aventura: estudio de caso», de Isabel Durán Muñoz (Universidad de Málaga), plantea una clasificación teórica de los géneros textuales (tipología y rasgos) y de las características pragmáticas, lingüísticas y funcionales del discurso turístico. Se centra posteriormente en el estudio de un corpus de 455 documentos en español relativos al turismo de aventura, especialmente en el léxico registrado y su elevada variedad denominativa (con características como los extranjerismos o *realias*, entre otros).

El cuarto artículo, «Oralidad en las bitácoras de viaje 2.0», de María Enriqueta Pérez Vázquez (Universidad de Bolonia-Forlì), comenta los fenómenos lingüísticos asociados a la oralidad y a lo coloquial, presentes en un corpus escrito de 25 blogs de turismo, escritos por periodistas o por viajeros expertos, en el marco del *periodismo participativo* o *ciudadano*. Para ello, describe este tipo de blog como género discursivo y sus características lingüísticas más singulares, sobre todo, las vinculadas a la oralidad: la subjetividad, determinados tiempos verbales, aspectos léxicos o construcciones sintácticas.

El último artículo de esta sección, «Reflexiones en torno al género boletín digital turístico: situación comunicativa y análisis lingüístico», de Rosa María Rodríguez Abella (Università degli Studi di Verona), considera este género digital, como *emergente* y como estrategia comercial utilizada por las empresas e instituciones para persuadir a sus suscriptores y fidelizar al potencial turista. Se trataría, pues, de una herramienta más de la *web marketing*. La autora caracteriza en una primera etapa este texto como género discursivo y revisa desde una perspectiva lingüística, en una segunda etapa, 27 boletines digitales del portal institucional turístico Spain.info.

En definitiva, los análisis aquí planteados compilan un corpus de textos reales digitales, *cibergéneros* novedosos, en los que los usuarios/turistas o clientes se constituyen como emisores de un discurso, utilizado en la actualidad como una estrategia comercial en el marco del turismo 2.0 y de las comunidades virtuales de viajeros.

En la sección miscelánea sobre aspectos normativos se han incorporado dos artículos. El primero de ellos, «Pragmática de la puntuación y de las nuevas tecnologías», de Carolina Figueras Bate (Universitat de Barcelona), se considera como un eslabón con la sección anterior, puesto que estudia los usos de la puntuación en las nuevas formas escritas de comunicación por ordenador: la inmediatez comunicativa implica un sistema de comunicación *metarrepresentativo* emergente, denominado como *puntuación retórico-emotiva*, que entra en competición con los códigos o sistema de puntuación más tradicionales.

El segundo de ellos, «La letra... por la vista entra. A propósito de la nueva normativa sobre el uso de las mayúsculas y su aplicación en los textos de enseñanza», de Amparo Ricós Vidal y Adela García Valle (Universitat de València), revisa los manuales y textos de bachillerato y enseñanza secundaria posteriores a 2010 para comprobar el uso de las mayúsculas y si las editoriales respetan los criterios académicos expuestos en la *Ortografía* de la Academia de 2010. Las autoras, además, apuntan diversas causas que explican la falta de ajuste entre los textos revisados y la propuesta normativa: la subjetividad en la aplicación de algunos criterios o la propia densidad o complejidad de las propuestas académicas.

Julia Sanmartín Sáez (Universitat de València)
Coordinadora del número monográfico