

Resúmenes

Lexicografía recreativa con Twitter

Pablo Deambrosis y Tabaré Patrón

La predilección por la palabra y la limitación en el número de caracteres, tomada como pauta estética, hacen de Twitter una plataforma ideal para el juego poético. En esta intervención repasaremos algunas de las cuentas que usan Twitter para realizar propuestas recreativas de índole lexicográfica. Luego presentaremos @respondeli, nuestro bot de Twitter con juegos lexicográficos interactivos seleccionables mediante *hashtags*.

Lexicografía, Twitter y fútbol uruguayo

Cristina Sánchez

En esta instancia, presentaré algunos ejemplos de los resultados de la investigación que realizo en el marco de la elaboración de la versión digital del *Nuevo Diccionario del español del Uruguay* (DEU). El objetivo principal fue comprobar la vigencia de los apodos que los uruguayos usamos para nombrar a nuestros equipos de fútbol. La búsqueda se centró en las plataformas digitales disponibles y, entre otras, las que resultaron más útiles fueron las publicaciones periodísticas digitales, las páginas oficiales de instituciones deportivas y las redes sociales Twitter y Facebook. Estos medios hicieron posible corroborar el uso actual de unidades léxicas, relativas al fútbol uruguayo, que ya tienen una entrada en el DEU, como *albiceleste*, *albiverde*, *albivioleta* y *arachán*, que aparecen en Twitter en casos como “Invitamos a todos los niños a vestir la camiseta *albiceleste*”, de Club Atlético Cerro (@CACerro_oficial, 19/02/2019); “Asociate al *Albiverde* y accedé a los beneficios”, de Club Plaza Colonia, (@PlazaColonia, 26/01/2019); “Un gran *albivioleta* y parte de nuestro club”, de Club Atlético Fénix (@CAFenix, 01/02/2019) o “El *Arachán* venció a primera hora”, de Cerro Largo Fútbol Club (@CerroLargoFc, 30/01/2019). También hicieron posible encontrar nuevos apelativos, como *academia* y *platero*. Aparecen en Twitter: “La reserva de La *Academia* ganó este martes en el Complejo Racing”, de Racing Club de Montevideo (@RacingClubUru, 28/11/2018) o “El *Platero* va en busca de su primer triunfo en el Torneo”, de Club Atlético Platense (@ca_platenseuy, 09/06/2018). También vimos que, en Twitter y Facebook, la cantidad de información encontrada varía considerablemente de acuerdo al club investigado. Si bien varias instituciones deportivas del Uruguay utilizan las redes sociales para realizar anuncios, convocar a sus hinchas e, inclusive, para relacionarse con los equipos rivales, estos canales de comunicación aún no se han generalizado.

La opinión en textos con un enfoque interdisciplinar: propuesta de contexto y léxico ad hoc

Silvana Temesio

En esta presentación se aborda la cuestión de cómo determinar la polaridad u opinión en textos, particularmente en Twitter. El análisis se hace desde múltiples perspectivas: ética de la información, comunicación, ciencia de la información e informática, enfatizando en dos análisis que se complementan: el procesamiento de lenguaje natural y la organización del conocimiento. Se desarrolla un prototipo que propone anotar las palabras cargadas de opinión como los adjetivos y los adverbios contextualizadas por su núcleo: sustantivos y verbos respectivamente. Estos núcleos sirven también para modelar la terminología del dominio y se propone la creación de un lexicón ad hoc.

La propia torta frita me comí.

**Twitter como fuente de información para el análisis gramatical
del adjetivo *propio* en el español del Uruguay**

Carolina Oggiani y Cecilia Bértola

En esta comunicación nos proponemos hacer un aporte a los estudios gramaticales de la variedad del español del Uruguay a partir de datos extraídos de Twitter como fuente de información. Estudiamos construcciones como las de (1)-(3), donde el adjetivo *propio* aparece en un sintagma determinante en posición antepuesta al nombre con un significado superlativo. Es decir, en estos casos, admite las paráfrasis 'los mejores champions', 'el mejor baile' y 'el pastel de carne más rico', respectivamente.

(1) sd[Los propios champions de básquetbol] le regalaron a Juan.

(2) Presiento que se viene sd[el propio baile] mañana.

(3) Mi hermano cocinó sd[el propio pastel de carne].

Se trata de un fenómeno coloquial de la variedad del español del Uruguay relativamente reciente, asentado sobre todo en el habla juvenil. Asumimos que, en estos usos, *propio* deja de comportarse como ha sido descrito en las gramáticas (NGLE y *Gramática descriptiva de la lengua española*) y adquiere un nuevo significado superlativo. Tras consultar corpus como el CREA y el CORPES xxi, observamos que las construcciones recogidas con *propio* no presentan una lectura superlativa. Por lo dicho, entendemos que una red social con las características que presenta Twitter constituye una fuente de validación de datos, ya que registra usos que reproducen el habla espontánea, ausente en los corpus tradicionales. Esto permite, a su vez, contrastar los juicios lingüísticos del investigador —útiles para cualquier análisis gramatical— con las nuevas formas en que se hace uso de este adjetivo. En este sentido, consideramos que Twitter se suma como fuente propicia para el estudio de la sintaxis oral de nuestra variedad de español.