



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Comunicación digital en la era de la Inteligencia Artificial

Coords.

Alberto Dafonte-Gómez

María Isabel Míguez González

Dykinson, S.L.

COMUNICACIÓN DIGITAL
EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

COMUNICACIÓN DIGITAL
EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Coords.

ALBERTO DAFONTE-GÓMEZ
MARÍA ISABEL MÍGUEZ GONZÁLEZ

Dykinson, S.L.

2024



Esta obra se distribuye bajo licencia

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)

La Editorial Dykinson autoriza a incluir esta obra en repositorios institucionales de acceso abierto para facilitar su difusión. Al tratarse de una obra colectiva, cada autor únicamente podrá incluir el o los capítulos de su autoría.

COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2024

N.º 228 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2024

ISBN: 978-84-1070-443-5

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	12
--------------------	----

ALBERTO DAFONTE-GÓMEZ

MARÍA ISABEL MÍGUEZ-GONZÁLEZ

SECCION I.

ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA Y EXPERIENCIAS EDUCATIVAS

CAPÍTULO 1. DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DIGITAL EN LA ERA DE LA IA EN LOS FUTUROS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN	15
---	----

VICTORIA MORA DE LA TORRE

LAURA LÓPEZ MARTÍN

CAPÍTULO 2. ALFABETIZACIÓN MULTIDISCIPLINAR EN IA GENERATIVA EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	32
---	----

LAURA LÓPEZ MARTÍN

VICTORIA MORA DE LA TORRE

CAPÍTULO 3. LAS MEJORAS EN EL ESTUDIANTADO DE PERIODISMO DEL CONOCIMIENTO TEÓRICO- PRÁCTICO DEL PÓDCAST A PARTIR DE UNA EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE-SERVICIO	45
---	----

JAVIER DE SOLA-PUEYO

ANTONIA ISABEL NOGALES-BOCIO

ANA MANCHO DE LA IGLESIA

CARMEN MARTA-LAZO

CAPÍTULO 4. ENSEÑANZA-APRENDIZAJE SOBRE IA GENERATIVA E INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN: UNA EXPERIENCIA INNOVADORA DE EXPLORACIÓN Y CATALOGACIÓN DE HERRAMIENTAS EN UN POSGRADO UNIVERSITARIO	68
---	----

MARÍA SÁNCHEZ GONZÁLEZ

ÁLVARO SERNA-ORTEGA

CAPÍTULO 5. LOS GRUPOS DE WHATSAPP ENTRE FAMILIAS: SU USO COMO INSTRUMENTO DIDÁCTICO EN EDUCACIÓN INFANTIL Y PRIMARIA. REVISIÓN SISTEMÁTICA	87
---	----

LETICIA MORATA SAMPAIO

BLANCA HERNÁNDEZ QUINTANA

ITAHISA MULERO-HENRÍQUEZ

CAPÍTULO 6. IMPACTO DEL USO DE REDES SOCIALES EN EL BIENESTAR PSICOLÓGICO DE LA GENERACIÓN Z: UNA APROXIMACIÓN SISTEMÁTICA	104
LAURA LÓPEZ REY ALBERTO DAFONTE-GÓMEZ	
CAPÍTULO 7. MENORES Y REDES SOCIALES: CLAVES PARA ENSEÑARLES A USARLAS CONTRA LA DESINFORMACIÓN	125
ANA PÉREZ-ESCODA EGLÉE ORTEGA FERNÁNDEZ MANUEL CARABIAS LUIS MIGUEL PEDRERO-ESTEBAN	
CAPÍTULO 8. TRUST IN DIGITAL ENVIRONMENTS: PERCEPTIONS ON NEURAL MACHINE TRANSLATION AMONG FUTURE COMMUNICATION PROFESSIONALS	144
CÉLIA TAVARES LUCIANA OLIVEIRA SANDRA RIBEIRO	
CAPÍTULO 9. EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ENSEÑANZA SUPERIOR: FORMACIÓN PROFESIONAL DE GRADO SUPERIOR Y ESTUDIOS UNIVERSITARIOS. DATOS NACIONALES AÑO 2023	171
M ^a DE LOS ÁNGELES DIAZ CAMA	
CAPÍTULO 10. EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EDUCACIÓN SUPERIOR: FORMACIÓN PROFESIONAL DE GRADO SUPERIOR Y ESTUDIOS UNIVERSITARIOS. DATOS NACIONALES AÑO 2023	192
M ^a DE LOS ÁNGELES DIAZ CAMA	
CAPÍTULO 11. NUEVA REGULACIÓN TECNOLÓGICA PARA PROTEGER A LOS MENORES DE LA SEXTORSIÓN EN ESPAÑA	207
ROBERTO CRUZ PALMERA	
CAPÍTULO 12. REDES SOCIALES Y APRENDIZAJE: UN ESTUDIO PILOTO DE INNOVACIÓN DOCENTE EN LA UNIVERSIDAD	229
JOSÉ MIGUEL RODRÍGUEZ FERRER	
CAPÍTULO 13. EL FALSO DOCUMENTAL: UNA PROPUESTA PRÁCTICA PARA LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIÓN DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO	251
CÉSAR GONZÁLEZ-MARTÍN JOSÉ MANUEL BERMÚDEZ CANO MIGUEL ÁNGEL LOZANO PÉREZ	

CAPÍTULO 14. USO DE TIKTOK Y SU IMPACTO EN LA PROCRASTINACIÓN ACADÉMICA Y GESTIÓN DEL TIEMPO ENTRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UN ESTUDIO EXPLORATORIO271

JANETH PILAR DIAZ VERA
ALICIA KARINA RUIZ RAMÍREZ
ZOILA JESSENIA FABRA SARMIENTO
CARLOTA MARIA BAYAS JARAMILLO

CAPÍTULO 15. BENEFICIOS, DESAFÍOS Y RETOS PARA LA ENSEÑANZA DE LENGUA EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN ENTORNOS AUDIOVISUALES288

M^a PAZ MARÍN GARCÍA
LLUÏSA ASTRUC

CAPÍTULO 16. PREPARACIÓN DE CASOS CLÍNICOS PARA LA ASIGNATURA BIOQUÍMICA DEL GRADO DE QUÍMICA UTILIZANDO INTELIGENCIA ARTIFICIAL304

JOSEP JOAN CENTELLES SERRA
ESTEFANIA MORENO GUILLÉN
PEDRO RAMON DE ATAURI CARULLA
SANTIAGO IMPERIAL RÓDENAS

CAPÍTULO 17. EL USO DE E-BOOKS EN AMBIENTES ESCOLARES Y SUS EFECTOS EN EL APRENDIZAJE323

ALEXANDRA PARAR-HERNÁNDEZ
CAROLINA COVALEDA
VIRGÍNIA HEBE-AVENDAÑO

CAPÍTULO 18. MANEJO DE CASOS PRÁCTICOS MEDIANTE EL USO DE PODCAST: UN ESTUDIO PILOTO DE INNOVACIÓN DOCENTE EN LA UNIVERSIDAD337

JOSÉ MIGUEL RODRÍGUEZ FERRER

**SECCION II.
COMUNICACIÓN POLÍTICA**

CAPÍTULO 19. LA BATALLA DIGITAL EN LA 2ª RONDA ELECTORAL COSTARRICENSE DE 2022: FIGUERES VS CHAVES355

JULIA FONTENLA-PEDREIRA
IVÁN PUENTES-RIVERA
JOSÉ RÚAS ARAÚJO

CAPÍTULO 20. LA ESFERA PÚBLICA DIGITAL EN EL DEBATE POLÍTICO Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN ECUADOR: UN ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE TWITTER (X)383

MANOLY ANDREA VILLAMAR PÉREZ
HÉCTOR MANUEL CÓRDOVA MEDINA
JUALIANA NARCISA PLAZA CONTRERAS
ZOILA FABARA SARMIENTO

CAPÍTULO 21. LAS NUEVAS ESTRATEGIAS DEL MARKETING POLÍTICO Y LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES.....	397
SILVIA AGUIRRE JIMÉNEZ CARLOS ALCÍVAR TREJO	
CAPÍTULO 22. RENDIMIENTO DE LA PLATAFORMIZACIÓN EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA	412
EDUARDO FERNÁNDEZ GARCÍA	
CAPÍTULO 23. PERSUASIÓN Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL DISCURSO POLÍTICO	433
ANNA PEIRATS	
CAPÍTULO 24. LA INFLUENCIA DE LAS DECLARACIONES POLÉMICAS DE DONALD TRUMP EN SU CANDIDATURA PRESIDENCIAL	448
MÓNICA PUNTÍ-BRUN SÍLVIA ESPINOSA-MIRABET	
CAPÍTULO 25. COMUNICACIÓN POLÍTICA EN REDES SOCIALES: ESTRATEGIAS DE LA OFICINA DEL PARLAMENTO EUROPEO EN ESPAÑA PARA PROMOVER LAS ELECCIONES EUROPEAS EN LA GENERACIÓN Z	470
LEYRE DE CEPEDA APARICIO ANA BELÉN OLIVER GONZÁLEZ JOSÉ MANUEL MARTÍN HERRERO	
CAPÍTULO 26. EL PAPEL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA PROPAGACIÓN Y DETECCIÓN DE PROPAGANDA BÉLICA EN LA ERA DIGITAL.....	486
ESTÍBALIZ GARCÍA HUETE	
CAPÍTULO 27. TIKTOK COMO ESPACIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DEL ECUADOR.....	502
JANETH PILAR DÍAZ VERA VICTORIA MICHELLE ZAMBRANO FREIRE LISSETTE ESTEFANÍA PAZMIÑO OCAÑA ALICIA KARINA RUIZ RAMÍREZ	

SECCION III.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CAPÍTULO 28. MALAS PRÁCTICAS EN LAS CAMPAÑAS DIGITALES DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL.....	523
JESÚS PÉREZ-SEOANE JUAN MANUEL CORBACHO-VALENCIA	

CAPÍTULO 29. EL LOBBY DE LA INDUSTRIA CÁRNICA EN ESPAÑA:
REPOSICIONAMIENTO DE MARCA540

ANA BELÉN OLIVER-GONZÁLEZ
JOSÉ MANUEL MARTÍN-HERRERO
LEYRE DE CEPEDA APARICIO

CAPÍTULO 30. CONSUMIDORES DIGITALES: NUEVAS TENDENCIAS
Y DINÁMICAS DELICTIVAS. NUEVOS RETOS DEL DERECHO PENAL
PARA LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO553

ROBERTO CRUZ PALMERA

CAPÍTULO 31. DE CREADORES DE CONTENIDO A INFLUENCERS.
CONTENIDOS PROPIOS FRENTE A CONTENIDOS PROMOCIONALES
DE MARCA. ESTADO DE LA CUESTIÓN578

NATALIA ARCOS VALLS
EMMA TORRES-ROMAY

CAPÍTULO 32. INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA Y PUBLICIDAD
DIGITAL: ESTUDIO DEL EFECTO EN LA PERCEPCIÓN DE LA MARCA
Y LAS DECISIONES DE COMPRA DEL CONSUMIDOR595

NAFTALÍ PAULA VELOZ

CAPÍTULO 33. LET'S PLAY! MARKETING Y VIDEOJUEGOS:
ESTRATEGIAS INNOVADORAS Y EFECTIVAS EN LA ERA DIGITAL 613

RAQUEL CRISÓSTOMO GÁLVEZ

SECCION IV. COMUNICACIÓN Y REDES

CAPÍTULO 34. CONNECTING COMMUNITIES WITH COLLABORATIVE
COMMUNICATION: A DESIGN-BASED MODEL FOR TOURISM
DEVELOPMENT IN RURAL AREAS629

MÓNICA DA SILVA E SILVA
RUI RAPOSO
XABIER MARTÍNEZ-RÓLAN

CAPÍTULO 35. INNOVACIÓN EN LA MARCA PERSONAL Y DEPORTE
ESPECTÁCULO: LOS CASOS DE RAFAEL NADAL, CARLOS ALCARAZ
Y GARBINE MUGURUZA658

LUCÍA MOYA-DÍAZ
SONIA BLANCO
NEREIDA CEA

CAPÍTULO 36. EL DESAFÍO DEL PERIODISTA EN MEDIOS DIGITALES:
ADAPTACIÓN Y EVOLUCIÓN ANTE LA IRRUPCIÓN DE
LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL683

JOSÉ MARÍA RUBIO TORIL
MARÍA SÁEZ DE PROPIOS

CAPÍTULO 37. COMUNICACIÓN ONLINE DE LAS MARCAS TERRITORIO SITUADAS EN LAS PRIMERAS POSICIONES DE RANKINGS INTERNACIONALES: ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y RELACIÓN CON SU ÉXITO.....	698
CARMEN MÁIZ-BAR VICENTE BADENES-PLÁ JULINDA MOLARES-CARDOSO	
CAPÍTULO 38. DESAFÍOS ÉTICOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. UNA PROPUESTA DE REVISIÓN A LAS NORMAS PENALES QUE REGULAN LA PROPIEDAD INTELECTUAL.....	719
ROBERTO CRUZ PALMERA	
CAPÍTULO 39. METAVERSE'S IMPACT ON GREEN TOURISM	740
PEDRO ÁLVARO PEREIRA CORREIA	
CAPÍTULO 40. PROMPTS Y ELEMENTOS COMUNES EN LOS TÍTULOS Y TEXTOS DE LA CRÍTICA TELEVISIVA GENERADA MEDIANTE HERRAMIENTAS DE IA	764
VICENTE SANZ DE LEÓN GUSTAVO MONTES RODRÍGUEZ SAIDA SANTANA MAHMUT	
CAPÍTULO 41. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA MODERACIÓN DE LAS REDES SOCIALES.....	782
MARÍA SÁEZ DE PROPIOS	
CAPÍTULO 42. ESTUDIO DEL IMPACTO GENERADO EN LA AUDIENCIA POR HIPERIA, EL PRIMER CONTENIDO AUDIOVISUAL CREADO POR IA EN ESPAÑA PARA RADIO 3 EXTRA, LA PLATAFORMA DE CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA APP Y WEB DE RADIO 3	799
CONCEPCIÓN GÓMEZ LÓPEZ	
CAPÍTULO 43. COMUNICACIÓN POLÍTICA Y REDES SOCIALES: EL IMPACTO DE LA PRESENCIA DIGITAL DE LOS CANDIDATOS DURANTE LAS ELECCIONES CATALANAS DE 2024	823
JOSÉ MANUEL MARTÍN-HERRERO LEYRE DE CEPEDA APARICIO ANA BELÉN OLIVER-GONZÁLEZ	
CAPÍTULO 44. TENDENCIAS EN LA COMUNICACIÓN DE LAS ONG COMO PROMOTORAS DEL CAMBIO SOCIAL: CIBERACTIVISMO, INCIDENCIA Y ARTIVISMO	839
XOSÉ BAAMONDE SILVA SILVIA GARCÍA MIRÓN XABIER MARTÍNEZ ROLÁN	

CAPÍTULO 45. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN TIEMPOS DE REDES SOCIALES DIGITALES: HACIA UN CIBERACTIVISMO SOCIAL AUTÓNOMO Y COMUNITARIO	857
LÁZARO M. BACALLAO-PINO	
CAPÍTULO 46. EDUCACIÓN EN REDES SOCIALES MEDIANTE EL ACTIVISMO EN LENGUA DE SIGNOS Y LA COMUNIDAD SORDA: FAMILIA VÁZQUEZ TV	878
IVÁN VÁZQUEZ VILLAR	
CAPÍTULO 47. LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA MEDIANTE EL USO DEL PODCAST	894
ANNA PEIRATS	
CAPÍTULO 48. PRÁCTICAS ÉTICAS EN LA INFORMACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES	910
ANNA PEIRATS	
CAPÍTULO 49. EL ESENCIALISMO EN DISPUTA: LA PRESENCIA DE TECNOLOGÍA E I.A. Y EL DEBATE SOBRE VOCES ARTIFICIALES VS VOCES NATURALES EN LA COMUNICACIÓN	926
IRENE MARTÍN GUILLÉN	
CAPÍTULO 50. EL FEMICIDIO, UNA MIRADA DESDE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	945
VLADIMIR ARGUDO P.	
CAPÍTULO 51. HERRAMIENTA DE ANÁLISIS FILOLÓGICO EN BASE A LA EMOCIÓN EN LA CIBERCOMUNICACIÓN: A PROPÓSITO DE UN POST DE MARTA RIUMBAU	958
LÍA DE LUXÁN HERNÁNDEZ	
CAPÍTULO 52. ¿SABEMOS QUÉ SIGNIFICAN REALMENTE LOS TÉRMINOS ANALÓGICO Y DIGITAL? SU HISTORIA EN LA TRADICIÓN LEXICOGRÁFICA DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA	1000
LAURA ARRIBAS GONZÁLEZ	
CAPÍTULO 53. CINE DOCUMENTAL Y METRAJE ENCONTRADO: PERSPECTIVAS EN TORNO A LA REPRESENTACIÓN	1028
JUANJO BALAGUER	
CAPÍTULO 54. ANÁLISIS DEL ACCESO A INTERNET EN ZONAS RURALES DE LA RIOJA	1041
M ^a DE LOS ÁNGELES DIAZ CAMA	
CAPÍTULO 55. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INTERCULTURAL A TRAVÉS DE LA TRANSMISIÓN DE CULTURA ALEMANA EN “CRÓNICAS GERMÁNICAS”	1055
LÍA DE LUXÁN HERNÁNDEZ	

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INTERCULTURAL A TRAVÉS DE LA TRANSMISIÓN DE CULTURA ALEMANA EN “CRÓNICAS GERMÁNICAS”

LÍA DE LUXÁN HERNÁNDEZ

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La cultura alemana forma una parte bastante importante de las asignaturas *Tercera Lengua y su Cultura I: Alemán* y *Tercera Lengua y su Cultura II: Alemán* del Grado en Lenguas Modernas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (en adelante, ULPGC). El profesorado no debe aislarse de la sociedad digital. Es más, acercándose a ella, puede que consiga motivar en mayor medida al estudiantado. Los nativos digitales a los que se les enseña la cultura alemana pueden involucrarse más en conocerla si se les invita a hacer búsquedas de personas de referencia en esta materia en *Instagram* o *Youtube*. Manejar e investigar tanto fuera como dentro del aula, con el estudiantado, redes sociales que versen sobre la materia de los proyectos docentes incentiva al aprendiente, mejora la docencia y crea nuevos paradigmas.

En virtud de lo anterior, la investigadora que suscribe este artículo, docente de las materias arriba señaladas en la ULPGC, ha considerado de interés científico y docente el estudio de los referentes culturales a los que hace alusión Elisabet, una creadora de contenido digital, en su canal de *Youtube* “Crónicas Germánicas”. El vídeo en el que se basa este trabajo tiene por título “23 cosas que no debes hacer en Alemania”.

1.2. PLANTEAMIENTO GENERAL DEL CAPÍTULO

Para poder desentrañar las características de los referentes culturales que aparecen en el vídeo en cuestión del canal de *Youtube* “Crónicas Germánicas”, se señalará la hipótesis de trabajo y, a continuación, se mencionarán los objetivos ligados a esta. En el apartado que lleva por título “metodología”, se mencionarán los procesos y métodos de investigación; se ofrecerá un recorrido teórico pertinente para poder comprender los conceptos terminológicos importantes de este capítulo: el referente cultural, la competencia intercultural y la tipología descriptiva de Beller; asimismo, se explicará la herramienta de análisis que se ha creado y utilizado para entender la tipología de los culturemas objeto de esta investigación; y también se proporcionará una radiografía literaria del canal que nos ocupa, del vídeo en concreto, y de su protagonista.

Se expondrán los resultados, de forma cualitativa (a través de la tabla diseñada *exprofeso* para el fin que aquí nos comporta) y cuantitativa (mediante dos diagramas). Se cerrará este capítulo con las conclusiones más relevantes.

2. OBJETIVOS

Se parte de la hipótesis de que en la cibercomunicación de cultura hay referentes culturales, que, por su naturaleza digital y demás cualidades intrínsecas al formato, merecen una clasificación un poco diferente a la analógica. El objetivo principal consiste en refrendar, corregir o anular la citada tesis. Analizaremos un vídeo de *Crónicas Germánicas* y clasificaremos sus referentes conforme a una metodología propia, basada en estudios previos y refrendada científicamente.

3. METODOLOGÍA

3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Se explicará, primero, cómo se ha llevado a cabo la investigación que nos comporta; a continuación, entrará en juego el marco teórico: describiremos los conceptos clave para entender qué es un referente

cultural, cómo alcanzar la competencia intercultural y qué es la tipología descriptiva de Beller, de la que hacemos uso en nuestra tabla de análisis cualitativo. Tras este recorrido conceptual previo y pertinente, podrá presentarse la herramienta de análisis. Por último, nos detendremos en la explicación del canal de *Youtube* Crónicas Germánicas y de su creadora de contenido, Elisabet, haciendo hincapié en el vídeo objeto de investigación: “23 cosas que no debes hacer en Alemania”.

3.2. PROCESOS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para poder conseguir unos resultados contrastados, se hace uso de una multimetodología que esté dominada por la constatación documental. Se dan la mano procesos deductivos e inductivos. El estudio del contexto y cotexto es primordial para poder analizar datos específicos del discurso.

3.3. CONCEPTOS PREVIOS

El concepto “competencia intercultural” es la evolución natural y progresiva del término “competencia cultural”. Debemos, pues, examinar por separado, primero, los vocablos “competencia”, “competente” y “cultura”, para poder entender mejor la competencia cultural y, en consecuencia, la intercultural.

Del diccionario de la Real Academia Española (en adelante, DRAE) extraemos la siguiente definición de “competencia”: “Pericia, aptitud o idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado”. Y ser competente, en consecuencia, es calificado como “tener competencia” por el DRAE. De ello puede deducirse, dejando al margen las explicaciones que a continuación se ofrecerán, que tener competencia cultural signifique ser experto cultural y competencia intercultural, saber manejarse entre culturas.

¿Qué es cultura? Estamos ante una noción poliédrica, multidimensional, muy difícil de definir inequívocamente. Normalmente, se advierte que una persona es “cultura”, es decir, que tiene cultura, cuando posee unos conocimientos generales básicos, es educada, sabe actuar ante diferentes situaciones, cambia de registro según el momento... Si le precede a este adjetivo el adverbio “muy”, entonces el ser humano en

cuestión no solamente cuenta con conocimientos generales básicos, sino que domina bastantes campos del saber; no es solamente educada, sino muy educada; su saber estar está muy por encima de lo esperable; y sus cambios de registro son muy acertados.

De acuerdo con el DRAE, cultura es lo siguiente:

1. f. cultivo. 2. f. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. 3. f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. 4. f. ant. Culto religioso. [...] ~popular. 1.f. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

Es la acepción número tres la que mejor encaja dentro del campo de las ciencias sociales y las humanidades. Nos interesa la siguiente reflexión de Leslie A White ([1959:129] Kahn, 1975):

No existe virtualmente antropólogo cultural alguno que no tenga por firmemente establecido que el concepto central y básico de su disciplina es el concepto de cultura. A este consenso mínimo se yuxtapone sin embargo una absoluta falta de acuerdo en lo que al contenido de este término se refiere. Para algunos la cultura es tan solo conducta aprendida. Para otros no se trata de cultura en absoluto, sino de una abstracción de la conducta— sea esto lo que fuere. Ciertos antropólogos opinan que la cultura se compone tan solo de hachas y vasijas de cerámica; otros, sin embargo, son de la opinión de que ningún objeto material puede ser considerado cultura. [...] A la vista de esto, uno se pregunta qué sería de la física con una variedad tal de concepciones opuestas de la energía.

Nos gusta mucho la definición de Tylor ([1871:29], Kahn, 1975):

[...] en sentido etnográfico amplio, es todo ese complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembros de la sociedad.

Y es mucho más completa la de Goodenough ([1957] 1964:36, *apud* Nord 2005b:869, trad. en Duranti 2000:52-53):

La cultura de una sociedad consiste en todo lo que uno debe conocer o creer a fin de obrar de una manera aceptable para sus miembros, cualquier papel que ellos acepten para sí mismos. La cultura, entendida como aquello que diferencia lo que aprendemos de nuestra herencia cultural, debe consistir en el producto final del aprendizaje, que es el conocimiento, en un sentido más general y relativo. Obsérvese, según esta definición, que la cultura no es un fenómeno material; no trata de cosas, la gente, la conducta o las emociones, sino de una organización de todas ellas. Lo que la gente guarda en su cabeza son las formas de las cosas, modelos para percibir las, relacionarlas y, en todo caso, interpretarlas.

Es la cultura un sistema de símbolos (Nida, 1988) o un aparato semiótico (Halliday, 1985), que se manifiesta a través de creencias y comportamientos de una civilización determinada. Los seres humanos se relacionan de acuerdo con unos rasgos específicos que tienen en común en el entorno que les rodea, esa es su cultura, que Katan denomina “orientación cultural” (1999). Y es a través de la lengua y de gestos y señales extralingüísticos a ella asociados, cómo se manifiesta. La siguiente definición de Nida (1986: 18) es muy acertada a este respecto:

[...]cada lengua es rica en el vocabulario que designa los ámbitos fundamentales de su cultura, los intereses de la gente que la habla.

Esta definición hay que complementarla con la visión de Bassnet (2002: 22):

Language, then, is the heart within the body of the culture, and it is the interaction between the two that results in the continuation of life-energy. In the same way that the surgeon, operating on the heart, cannot neglect the body that surrounds it, so the translator treats the text in isolation from the culture at his peril.

Muy interesante nos resulta la propuesta de Fidalgo (2019: 151), quien concibe la identidad cultural como

[...] el acopio de elementos culturales en cada uno; la cristalización de la cultura en la vida del individuo y en la trayectoria del grupo; la “personalización” de la cultura.

¿Y qué es la competencia cultural? Witte (2000: 163 cit. en Witte 2008:143) la define como

[...] la capacidad de tomar conciencia crítica de lo que se «sabe» de forma inconsciente y «aprender» conscientemente lo que no se «sabe» de la propia cultura y de otra(s) cultura(s), así como la capacidad de relacionar y contrastar dichas culturas con el fin de poder recibir y producir comportamientos de acuerdo con el objetivo de la comunicación y orientados a la situación comunicativa.

¿Y la intercultural? El diccionario de términos ELE (en adelante DELE), la concibe de esta manera:

Por competencia intercultural se entiende la habilidad del aprendiente de una segunda lengua o lengua extranjera para desenvolverse adecuada y satisfactoriamente en las situaciones de comunicación intercultural que se producen con frecuencia en la sociedad actual, caracterizada por la pluriculturalidad.

Como se ha expresado más arriba, es la competencia intercultural la evolución natural de la competencia cultural, mas esta tiene sus orígenes en la competencia sociolingüística, la competencia estratégica y la competencia sociocultural (Byram, 1995, 2001). Es la competencia comunicativa, a raíz del auge de la digitalización, la que nos obliga a hablar de competencia intercultural. Van Ek (1986) describe en su modelo de competencia comunicativa las tres competencias a las que hace alusión Byram como predecesoras de la cultural.

De acuerdo con los últimos avances en esta línea, podría afirmarse (y así lo vamos a tener en consideración en nuestra herramienta de análisis) que la competencia intercultural se adquiere de forma gradual en tres fases: el nivel monocultural (se observa la cultura ajena dentro de los límites interpretativos de la propia), el nivel intercultural (se adopta una posición intermedia entre la cultura propia y ajena, lo que hace que pueda haber comparaciones entre ambas) y el nivel transcultural (se alcanza un dominio de ambas culturas, que se puede adoptar una posición de distancia y neutralidad, y, en consecuencia, actuar de mediador).

Una vez definido el concepto de competencia intercultural, es procedente ocuparnos de los “referentes culturales”, que pueden recibir

diversas denominaciones: “realias” (Vlahov y Florin, 1970 cit. en Osimo 2004:92), culturemas (Vermeer, 1983), referentes culturales, referencias culturales, o incluso Newmark (1992 [1988] cit. en Molina 2006:63) emplea el término palabras culturales extranjeras. Nord (1997:34) lo explica muy bien:

A cultureme is a social phenomenon of a culture X that is regarded as relevant by the members of this culture and, when compared with a corresponding social phenomenon in a culture Y, is found to be specific to culture X (Nord 1997:34).

Nos parece también pertinente y complementaria la que nos proporciona Santamaría (2001 cit. en Igareda 2011:15).

[...] objetos y eventos creados dentro de una cultura determinada con un capital cultural distintivo, intrínseco en el conjunto de la sociedad, capaz de modificar el valor expresivo que se otorga a los individuos que están relacionados al mismo.

La tipología de Beller (2006) puede servirnos para caracterizar los referentes culturales. La descripción analógica de la cultura ajena se caracteriza por la linealidad. La antitética, en centrar las diferencias entre ambas culturas. Y la recíproca, en situarse en un nivel de neutralidad en esa caracterización.

3.4. HERRAMIENTA DE ANÁLISIS

Se ha diseñado una herramienta de análisis con el objetivo de destacar los 22 y no 23 elementos o referentes culturales que Elisabet señala en su vídeo “23 cosas que no debes hacer en Alemania”, a través de su canal “Crónicas Germánicas” en *Youtube*. El objetivo consiste en identificar en esas acciones prohibitivas los realias y clasificarlos de acuerdo con la tipología de Beller en descripciones analógicas, antitéticas y recíprocas, así como en el nivel cultural que la emisora (Elisabet, la creadora del canal) presenta, de acuerdo con su explicación, que también se recoge, de forma resumida.

TABLA 1. *Herramienta de análisis*

REFERENTE CULTURAL	X
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANALÓGICA ANTITÉTICA RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	MONOCULTURAL INTERCULTURAL TRANSCULTURAL
EXPLICACIÓN	

Fuente: elaboración propia

3.5. “CRÓNICAS GERMÁNICAS”

El canal de *Youtube* “Crónicas Germánicas” cuenta con más de 122.000 suscriptores y 254 vídeos. El primer vídeo data de hace once años, es decir, de 2013. El título del canal encaja a la perfección con la temática de este: se relata la vida en Alemania, sus costumbres, su forma natural de ser, la educación, el nivel de vida, la manera de socializarse..., en definitiva, la cultura alemana.

Su creadora es Elisabet, de origen catalán, que por asuntos familiares emigra a Alemania, donde tiene, al igual que su pareja, que empezar a aprender no solamente un idioma que desconocen, sino también una cultura que les es extraña. Allí cría y educa a su hija, quien acude a la guardería y al *Grundschule* (colegio de primero a cuarto de educación primaria).

El vídeo que aquí nos interesa lleva por título “23 cosas que no debes hacer en Alemania”, lo que invita a pensar al futuro receptor que estemos ante un mensaje lleno de prohibiciones, pero no es exactamente así. Es una puerta a algunos secretos de la cultura alemana que se presentan en modo negativo. Cabe añadir que no estamos antes veintitrés referentes culturales, sino ante veintidós: se equivocó al contarlos.

4. RESULTADOS

TABLA 2. *Referente cultural nº 1*

REFERENTE CULTURAL	Dar besos.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	TRANSCULTURAL
EXPLICACIÓN	En España, dos besos. En Alemania, no. Se da la mano. Si mucha confianza, abrazo de koala. Puede ser lógico. Darse besos es un acto íntimo.

Fuente: elaboración propia

TABLA 3. *Referente cultural nº 2*

REFERENTE CULTURAL	Entrar con zapatos.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	TRANSCULTURAL
EXPLICACIÓN	Es más higiénico. Se dejan en la puerta. Se aconseja llevar calcetines bonitos y la pedicura hecha.

Fuente: elaboración propia

TABLA 4. *Referente cultural nº 3*

REFERENTE CULTURAL	Brindar sin mirar a los ojos.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	MONOCULTURAL
EXPLICACIÓN	A cada una de las personas debe mirársele a los ojos. No en plan genérico. Es una ofensa. No lo entiende.

Fuente: elaboración propia

TABLA 5. Referente cultural nº 4

REFERENTE CULTURAL	Elevar la voz en público.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	TRANSCULTURAL
EXPLICACIÓN	Es un sacrilegio. Donde sea. Se identifica a los españoles con facilidad en restaurantes, por ejemplo. Es impensable que alguien vaya hablando en alto por teléfono en el transporte público.

Fuente: elaboración propia

TABLA 6. Referente cultural nº 5

REFERENTE CULTURAL	Tocar mascotas sin preguntar.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Si no se enfada, el enfado es muy grande.

Fuente: elaboración propia

TABLA 7. Referente cultural nº 6

REFERENTE CULTURAL	Usar papel de aluminio.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Es como el demonio. Es enemigo del reciclaje. Se necesitan 500 años para reciclarlo. Tuppers, films...para comida.

Fuente: elaboración propia

TABLA 8. Referente cultural nº 7

REFERENTE CULTURAL	Pagar una ronda.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	No se suele escuchar "esta ronda la pago yo". Todo va getrennt, por separado.

Fuente: elaboración propia

TABLA 9. Referente cultural nº 8

REFERENTE CULTURAL	Empezar a trabajar a las dieciséis semanas.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	No es lo habitual. La madre está pensada para cuidar a sus hijos durante sus primeros años de vida.

Fuente: elaboración propia

TABLA 10. Referente cultural nº 9

REFERENTE CULTURAL	Cruzar en rojo.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	El 99% respeta los semáforos aunque no se atisbe ningún coche a 1 km a la redonda. Te mirarán mal si lo haces. Incluso, puede que te digan algo.

Fuente: elaboración propia

TABLA 11. Referente cultural nº 10

REFERENTE CULTURAL	Ruido los domingos.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Los domingos son sagrados. En algunos containers de vidrio es establece que no puede tirarse nada de 8 de la mañana a 8 de la noche los domingos.

Fuente: elaboración propia

TABLA 12. Referente cultural nº 11

REFERENTE CULTURAL	No reciclar.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL

EXPLICACIÓN	No reciclar en este país es algo que no puede hacerse. Tienes que hacerlo. Tienes que separarla. Si no separas tu basura, te la juegas a que un vecino pueda juzgarte y recriminarte y tener que rebuscar en la basura para separarla. Aunque peor sería, levantar la tapa de un container de un vecino. Los containers no están en la calle para todos. Cada edificio y cada casa tiene su container particular. Cómo se te ocurra levantar la tapa del container de un vecino y tirarla...¡pruébalo, pruébalo!
--------------------	--

Fuente: elaboración propia

TABLA 13. Referente cultural nº 12

REFERENTE CULTURAL	No ser puntual.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	MONOCULTURAL
EXPLICACIÓN	Mucha gente dice que no son exagerados, pero yo creo que sí. Cuando no somos puntuales comentan...ah claro...la puntualidad española...y cuando somos puntuales y ellos no...como eres española...

Fuente: elaboración propia

TABLA 14. Referente cultural nº 13

REFERENTE CULTURAL	Pedir agua y esperar agua sin gas.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Hay que especificarlo. Es denigrante. Es agua del grifo. El gas está muy arraigado.

Fuente: elaboración propia

TABLA 15. Referente cultural nº 14

REFERENTE CULTURAL	No te enfades si se cuelan.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	MONOCULTURAL
EXPLICACIÓN	Todos son súper respetuosos hasta que se abre una nueva caja... ¡sálvese quien pueda! Nadie respeta el orden de una caja a la otra.

Fuente: elaboración propia

TABLA 16. Referente cultural nº 15

REFERENTE CULTURAL	¿Cómo estás? Si tienes prisa.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Se piensa que verdaderamente se pregunta por cómo se encuentra.

Fuente: elaboración propia

TABLA 17. Referente cultural nº 16

REFERENTE CULTURAL	No felicites antes.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANALÓGICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	TRANSCULTURAL
EXPLICACIÓN	Tienen mucha superstición. Mejor no felicitar antes.

Fuente: elaboración propia

TABLA 18. Referente cultural nº 17

REFERENTE CULTURAL	Entrar antes de dejar salir.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANALÓGICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	TRANSCULTURAL
EXPLICACIÓN	No se puede entrar sin dejar salir.

Fuente: elaboración propia

TABLA 19. Referente cultural nº 18

REFERENTE CULTURAL	Cruzar antes que un peatón.
TIPOLOGÍA DE BELLER	RECÍPROCA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Si eres un peatón, se respeta siempre que vayas a cruzar. En España, no.

Fuente: elaboración propia

TABLA 20. Referente cultural nº 19

REFERENTE CULTURAL	Aparcar tocando el coche próximo.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL

EXPLICACIÓN	El coche es algo sagrado en Alemania. Hay que intentar no tocarlo. La sensibilidad automovilística está a flor de piel. El coche es un objeto de valor extremo.
--------------------	---

Fuente: elaboración propia

TABLA 21. Referente cultural nº 20

REFERENTE CULTURAL	Viajar sin billete.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Si viajas no lo hagas sin billete. Te la juegas. Aquí casi nadie suele hacer eso.

Fuente: elaboración propia

TABLA 22. Referente cultural nº 21

REFERENTE CULTURAL	No decir "Gesundheit".
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	INTERCULTURAL
EXPLICACIÓN	Si ves que alguien estomuda, hay que decir Gesundheit.

Fuente: elaboración propia

TABLA 23. Referente cultural nº 22

REFERENTE CULTURAL	No tratar de usted.
TIPOLOGÍA DE BELLER	ANTITÉTICA
COMPETENCIA INTERCULTURAL	TRANSCULTURAL
EXPLICACIÓN	Es una falta de respeto a no ser que te indiquen que puedes tutearlos. De 15 para abajo, sí; de 16 para arriba, no. Nosotros pudimos tutear a nuestros vecinos después de un año y medio después de convivir en el mismo edificio.

Fuente: elaboración propia

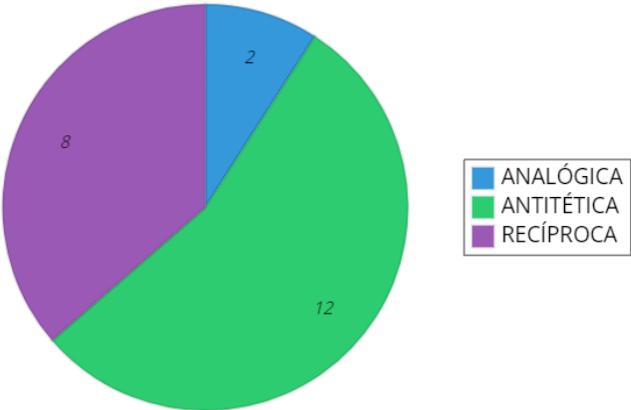
En virtud de la aplicación de la herramienta a los veintidós referentes culturales que aparecen en el vídeo objeto de análisis del canal de *Youtube* Crónicas Germánicas, puede colegirse que un 54,54% de ellos son descritos de forma antitética ([1] referente cultural nº3: “brindar sin mirar a los ojos”; [2] referente cultural nº5: “tocar mascotas sin preguntar”; [3] referente cultural nº9: “cruzar en rojo”; [4] referente cultural número 10: “ruido los domingos”; [5] referente cultural nº11: “no

reciclar”; [6] referente cultural nº12: “no ser puntual”; [7] referente cultural nº13: “pedir agua y esperar agua sin gas”; [8] referente cultural nº14: “no te enfades si se cuelan”; [9] referente cultural nº19: “aparcar tocando el coche próximo”; [10] referente cultural nº20: “viajar sin billete”; [11] referente cultural nº21: “no decir *Gesundheit*”; y referente cultural nº22: “no tratar de usted”); un 36,36%, de manera recíproca ([1] referente cultural nº1: “dar besos”; [2] referente cultural nº2: “entrar con zapatos”; [3] referente cultural nº4: “elevar la voz en público”; [4] referente cultural nº6: “usar papel de aluminio”; [5] referente cultural nº7: “pagar una ronda”; [6] referente cultural nº8: “empezar a trabajar a las dieciséis semanas”; [7] referente cultural nº15: “¿Cómo estás? Si tienes prisa”; y [8] referente cultural nº18: “cruzar antes que un peatón”) y un 9,09%, analógicamente ([1] referente cultural nº16: “no felicitar antes”; y [2] referente cultural nº17: “entrar antes de dejar salir”) [véase diagrama número 1].

Asimismo, de los resultados se extrae que Elisabet ha alcanzado en un 59,09% de estos el nivel intercultural (el estadio número 2) de la competencia intercultural ([1] referente cultural nº5: “tocar mascotas sin preguntar”; [2] referente cultural nº6: “usar papel de aluminio”; [3] referente cultural nº7: “pagar una ronda”; [4] referente cultural nº8: “empezar a trabajar a las dieciséis semanas”; [5] referente cultural nº9: “cruzar en rojo”; [6] referente cultural nº10: “ruido los domingos”; [7] referente cultural nº11: “no reciclar”; [8] referente cultural nº13: “pedir agua y esperar agua sin gas”; [9] referente cultural nº15: “¿Cómo estás? Si tienes prisa”; [10] referente cultural nº18: “cruzar antes que un peatón”; [11] referente cultural nº19: “aparcar tocando el coche próximo”; [12] referente cultural nº20: “viajar sin billete”; [13] referente cultural nº21: “no decir *Gesundheit*”); en un 27,7% la última fase de la citada competencia, es decir, el nivel transcultural ([1] referente cultural nº1: “dar besos”; [2] referente cultural nº2: “entrar con zapatos”; [3] referente cultural nº4: “elevar la voz en público”; [4] referente cultural nº16: “no felicitar antes”; [5] referente cultural nº17: “entrar antes de dejar salir”; y [6] referente cultural nº22: “no tratar de usted”); y en un 13,63% la fase monocultural ([1] referente cultural nº3: “brindar sin mirar a los ojos”; [2] referente cultural nº 12: “no ser puntual”; [3]

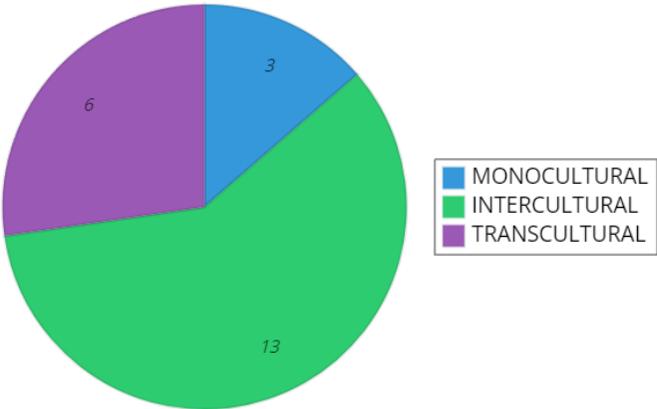
referente cultural nº 14: “ no te enfades si se cuelan”), que es en aquellos supuestos en los que no ha sabido situarse en el lugar de la cultura meta en ningún momento [véase diagrama nº 2].

DIAGRAMA 1. Los referentes culturales de acuerdo con su descripción



Fuente: elaboración propia

DIAGRAMA 2. Los referentes culturales de acuerdo con su descripción



Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Se ha comprobado cómo en la comunicación digital los referentes culturales están presentes. Las redes sociales son un mecanismo de divulgación excelente y una herramienta de conocimiento fácil y accesible, todo ello de la mano de buenas prácticas y de un uso inteligente. El canal de Youtube “Crónicas Germánicas” es un no-manual manualizable: el profesorado puede hacer un buen uso de este en el aula a modo de aula invertida, de investigación en acción, de aprendizaje colaborativo...

Los referentes culturales presentes en el vídeo “23 cosas que no debes hacer en Alemania” son veintidós y podría afirmarse que constituyen una muestra bastante representativa de la cultura social alemana. La creadora de contenido digital Elisabet posee un nivel de competencia intercultural de casi un 60% en su estadio número 2 y roza el 30% del último peldaño de la citada competencia: la fase transcultural. Estamos ante una divulgadora de la cultura alemana que describe los elementos culturales en más de la mitad de los supuestos de una forma antitética y en más de un tercio, de manera recíproca; solamente en un escaso 9%, de forma analógica, es decir, puramente lineal, sin *tertium comparationis*.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Amigo Extremera, J. J. (2007). ¿Cultuqué? El concepto de cultura en los Estudios de Traducción. Proyecto de investigación. Universidad de Granada.
- Amigo Extremera, J. J. (2015). “Un mapa de la cultura en los estudios de Traducción”. Nuevos horizontes en los Estudios de Traducción e Interpretación (Comunidades completas). Geneva: Editions Tradulex.
- Bassnett, S. (2002). Translation studies. London: Routledge.
- Byram, M. y Fleming, M. (1998). Perspectivas interculturales en el aprendizaje de idiomas. Enfoques a través del teatro y la etnografía.
- Consejo de Europa (2001). Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación.
- Elisabet (2024) Crónicas Germánicas.
<https://www.youtube.com/@Cronicasgermanicas/videos>

- Fidalgo González, L. (2019). «El intérprete en los servicios públicos: conocer al otro para vivir en la intersección». Traducción y sostenibilidad cultural: sustrato, fundamentos y aplicaciones. Cristina Carrasco, María Cantarero Muñoz, Coral Díez Carbajo (Eds.). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca. 149-156.
- Igareda, P. (2011). “Categorización temática del análisis cultural: una propuesta para la traducción” Íkala. Revista de lenguaje y cultura 16: <https://revistas.udea.edu.co/>
- Katan, D. (1999). *Translating Cultures. An introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Martín Pérez, E. (2024). Diccionario de términos clave ELE https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/competenciagramatical.htm
- Martín Ruano, M. R. (2007). «El “giro cultural” de la traducción: perspectiva histórica, conflictos latentes y futuros retos» *El Giro Cultural de la Traducción. Reflexiones y aplicaciones didácticas*. Ed. Emilio Ortega Arjonilla. Frankfurt: Peter Lang.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. Londres; Nueva York: Prentice-Hall Internacional.
- Nida, E. A. 1964. *Toward a Science of Translating, with special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: E. J. Brill.
- Nida, E.A. (1986). *La traducción: teoría y práctica*. Madrid: Cristiandad.
- Nord, C. (1997). *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. Reino Unido: Routledge.
- Nord, C. (2005a). All New on the European Front? *Meta* 50/1: 210-222.
- Nord, C. (2005b). Making Otherness Accessible. *Functionality and Skopos in the Translation of New Testament texts*. *Meta* 50/3: 868-880.
- Oliveras, A. (2000). *Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera. Estudio del choque cultural y los malentendidos*. Madrid: Edinumen, Memorias para el aprendizaje, Serie Máster E/LE Universidad de Barcelona.
- Ollala Soler, C. (2017). *La competencia cultural del traductor y su adquisición. Un estudio experimental en la traducción alemán-español*. Tesis doctoral dirigida por la Dra. Amparo Hurtado Albir y por el Dr. Wilhelm Neunzig. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Real Academia Española. (2024). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recurso electrónico: <https://dle.rae.es/>

- Rodrigo Alsina, M. (1999). *Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos. Colección Autores, Textos y Temas Ciencias Sociales, n.º 22.
- Santamaría, L. (2000). «Cultural References in Translation: Informative Contribution and Cognitive Values». *Beyond the Western Tradition*. Marilyn Gaddis ROSE (ed.), *Translation Perspectives*, XI Center for Research in Translation. Binghamton: Universidad Estatal de Nueva York. 415-426.
- Santamaría, L. (2001). *Función y traducción de los referentes culturales en subtitulación*. En Lorenzo, L. et ál. (Eds.), *Traducción subordinada (II): el subtitulado*. Vigo, España: Publicación da Universidade de Vigo. 237-248.
- Van Ek, J. (1986). *Objectives for foreign language learning*. Estrasburgo: Publicaciones del Consejo de Europa.
- Vermeer, H. J. (1983). *Aufsätze zur Translationstheorie*. Heidelberg: Selbstverl.
- Vlahov S.; Florin S. (1970). *Neperovodimoe v perevode*. Realii. *Masterstvo perevoda*, 6. 432–456.
- Witte, H. (2008). *Traducción y percepción intercultural*. Granada: Editorial Comares.
- Witte, H. 2000. *Die Kulturkompetenz des Translators: Begriffbestimmung und Didaktisierung*. Tübingen: Stauffenburg.