BOOK OF ABSTRACTS

VIII International LexESP Conference on

Language and Communication: Nutrition, Healthcare and Well-being

University of Alicante (Spain)
4–5 November 2026 (Hybrid Format)
Organized by LexESP Research Group

LexESP
Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

UA
UNIVERSITAT D'ALACANT
UNIVERSIDAD DE ALICANTE
Vicerectorat de Responsabilitat Social, Inclusió i Igualtat
Vicerrectorado de Responsabilidad Social, Inclusión e Igualdad

UA|DFING

iuieg
UNIVERSITAT D'ALACANT
INSTITUT UNIVERSITARI D'INVESTIGACIÓ D'ESTUDIS DE GÈNERE
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN DE ESTUDIOS DE GÉNERO

AYUNTAMIENTO AJUNTAMENT
SANTA POLA
Concejalía de Comercio

Conference Information

The VIII International LexESP Conference on Language and Communication: Nutrition, Healthcare and Well-being is organized by the LexESP Research Group under the framework of the research project 'Clear Labels, Healthy Choices: Literacy, Bilingual Resources and Community Empowerment'.

The Conference is supported by the Vice-Presidency for Equality, Inclusion and Social Responsibility, the Department of English Studies, the Faculty of Arts – University of Alicante, the Interuniversity Institute of Applied Modern Languages of the Valencian Community and the Santa Pola Council Office of Trade, Consumer Affairs and Markets.

Venue

Salón de actos (Edificio Germán Bernácer)
Campus San Vicente del Raspeig
Universidad de Alicante

Contact

lexespconferences@gmail.com

Scientific Committee

- Balteiro, Isabel (Universidad de Alicante)
- Bocanegra Valle, Ana (Universidad de Cádiz)
- Estopà Bagot, Rosa (Universitat Pompeu Fabra)
- Gutiérrez Rodilla, Bertha (Universidad de Salamanca)
- Mapelli, Giovanna (Università degli Studi di Milano)
- Molina Plaza, Silvia (Universidad Politécnica de Madrid)
- Piccioni, Sara (Università 'degli Studi G. D'Annunzio' di Chieti-Pescara)
- Pontrandolfo, Gianluca (Università degli Studi di Trieste)
- Ruiz Garrido, Miguel Francisco (Universitat Jaume I)
- Santamaría Pérez, Isabel (Universidad de Alicante)
- Vargas Sierra, Chelo (Universidad de Alicante)

Organizing Committee

Core Organizing Committee

- Balteiro, Isabel (Chair)
- Alesón Carbonell, María Amparo
- Campos Pardillos, Miguel Ángel
- Congost Maestre, Nereida

- Del Olmo Ibáñez, María Teresa
- Luján Feliu-Pascual, Isabel
- Martínez García, Alba
- Martínez Milán, María Asunción
- Martínez Motos, Raquel
- Mykytka, Iryna
- Pacheco Baldó, Rosa
- Sánchez Fajardo, José Antonio
- Sinyashina Sinyashina, Ekaterina
- Vicedo Beltrán, Juan Carlos

Support Team

- Cruz Casillas, Josué Ulises
- Hayrapetyan, Lilit
- Martínez Samper, Anna
- Moreno Sadornil, Alejandro

List of Contributors

Adrada Rafael, Cristina

Balteiro, Isabel

Casanova Martínez, Fernando

Esbri Blasco, Montserrat

Fernández Sanmartín, Alba

Koreneva Antonova, Olga

Martínez García, Alba

Martínez Milán, María Asunción

Medina Reguera, Ana María

Morales-Jiménez, Juan Pedro

Moreno Sadornil, Alejandro

Pascual Cabrerizo, María

Piccioni, Sara

Puente-Gil, Irene

Punnilath Shanavas, Shahanas

Santos Murillo, Douglas Noel

Vicedo Beltrán, Juan Carlos

Programme

November 4, 2026

09:30 – 10:00 | Registration & Opening Session

10:00 – 11:00 | Keynote Lecture - Sara Piccioni (Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara) *"La nutrición en el discurso mediático sobre la menopausia: de la salud al saludismo"* https://meet.google.com/xvu-eixb-fvy

11:00 – 11:30 | Coffee break & networking

11:30 – 12:30 | Session I: Terminology and Food Labelling

- **Ana María Medina Reguera & Olga Koreneva Antonova**, Universidad Pablo de Olavide, *"Gestión terminológica y etiquetado multilingüe de productos hortofrutícolas de empresas andaluzas"* (30 min)
- **Cristina Adrada Rafael & María Pascual Cabrerizo**, Universidad de Valladolid (Campus Duques de Soria, **online**), *"Del territorio al bienestar: estudio contrastivo de la identidad regional y la autenticidad en el discurso de las páginas web de queserías españolas, francesas e inglesas"* (30 min) https://meet.google.com/mro-xboy-bse

13:00 – 14:30 | Lunch

15:00 – 17:00 | Workshop – Lorena Sala Prieto, nutricionista independiente, *"La simplificación del lenguaje nutricional como herramienta para mejorar la adherencia terapéutica en mujeres mayores de 40 años"*

November 5, 2026

10:00 – 11:00 | Session II: Health Communication and Health Literacy

- **Irene Puente-Gil**, Universidad de Zaragoza, *"From Scientific Evidence to Actionable Knowledge: REPS as a Digital Health Communication Practice"* (30 min)
- **Shahanas Punnilath Shanavas**, VIT Chennai (India) (**online**), *"Between Prescription and Communication: Multilingual Strategies and Language Barriers in Clinical Nutrition Consultations in Indian Multi-specialty Hospitals"* (30 min) https://meet.google.com/gsf-xobf-xaj

11:00 – 11:30 | Coffee break & networking

11:30 – 13:00 | Session III: Digital Discourse, Multimodality, Translation and Nutrition Communication

- **Alejandro Moreno Sadornil**, Universidad de Alicante, *"Constructing Authority through Epistemic Modality: A Contrastive Study between Peninsular Spanish and U.S.*

Nutrition Influencers' Instagram Reels" (30 min)

- **Fernando Casanova Martínez**, Universidad de Alicante, *"Interjecciones y gestos como recursos multimodales en el discurso procedimental de personas con afasia de Broca: cómo preparar un sándwich"* (30 min)
- **Juan Pedro Morales-Jiménez**, Universidad de Valladolid (**online**), *"Cuando la gastronomía encontró la traducción: errores y culturemas en los menús de Córdoba"* (30 min) https://meet.google.com/upj-xkva-sit

13:00 – 14:30 | Lunch

15:00 – 16:30 | Session IV: Digital Health Communication, Metaphor and ESP

- **Montserrat Esbri Blasco**, Universitat de València, *"Cooking Metaphors in Online Discourse about Ehlers-Danlos Syndrome"* (30 min)
- **Douglas Noel Santos Murillo**, Universidad Nacional Autónoma de Honduras / Universidad de Salamanca (**online**), *"From Menus to Food Labels: Using Authentic Materials to Teach English for Food and Beverage Professionals in Honduras"* (30 min) https://meet.google.com/hyw-wjkd-zdr
- **Alba Fernández Sanmartín**, Universidade de Santiago de Compostela (**online**), *"«La verdadera causa de tu malestar»: El uso de activadores presuposicionales como estrategia de clickbait en la divulgación sobre salud y nutrición en Instagram"* (30 min) https://meet.google.com/hyw-wjkd-zdr

16:30 – 17:00 | Coffee break & networking

17:00 – 18:00 | Round Table – Isabel Balteiro, Asunción Martínez Milán, Juan Carlos Vicedo Beltrán, Carla Rasero Domenech, Universidad de Alicante, *"Etiquetas Claras, Decisiones Saludables: Alfabetización, Recursos Bilingües y Empoderamiento Comunitario": experiencias de aprendizaje-servicio* (moderated by Isabel Balteiro, Universidad de Alicante)

18:00 – 18:30 | Closing Session: Conclusions, Acknowledgements and Future Directions

Abstracts

Keynote Lecture

La nutrición en el discurso mediático sobre la menopausia: de la salud al saludismo

Sara Piccioni
Università "G. D'Annunzio" di Chieti-Pescara, Italia

La menopausia se ha convertido en un tema cada vez más visible en los medios y las plataformas digitales, donde se entrecruzan discursos biomédicos, mensajes de autoayuda y estrategias comerciales. La investigación previa ha mostrado que estos discursos pueden construir la menopausia mediante narrativas del déficit, el riesgo, el declive y la necesidad de intervención (Rowson, Jaworska y Gibas, 2023; Orts Llopis, 2026), al tiempo que promueven ideales de autorregulación, transformación y empoderamiento individual (Patton, 2026). En el ámbito más amplio de la comunicación sobre salud femenina, la dieta y el ejercicio se presentan como prácticas de autocuidado que contribuyen a construir a las mujeres como sujetos responsables de su salud y consumidoras de productos, servicios y consejos expertos (McGannon y Spence, 2012; Beijbom, Fabricius y O'Doherty, 2023).

Esta ponencia examina el papel de la nutrición en el discurso mediático en español sobre la menopausia, con el fin de identificar las huellas lingüísticas que permiten desvelar cómo la información nutricional, presentada como conocimiento médico, puede vehicular también valores sociales asociados a esta etapa de la vida de las mujeres. El análisis se basa en DISBIOCOM (Piccioni y Mapelli, en preparación), un corpus de comunicación biomédica, y se centra en los subcorpus sobre menopausia correspondientes a la prensa, los podcasts y las redes sociales de expertas.

Desde los Estudios Críticos del Discurso Asistidos por Corpus (Partington, Duguid y Taylor, 2013; Baker *et al.*, 2008), el estudio adopta una aproximación predominantemente *corpus-driven*, basada en el análisis de palabras clave, colocaciones y concordancias, que se complementa con el examen de patrones léxico-gramaticales de recomendación, obligación y evaluación.

Los resultados se interpretarán a partir del concepto de *saludismo*, que convierte la salud en una responsabilidad individual (Crawford, 1980), en su vertiente postfeminista (Beijbom, Fabricius y O'Doherty, 2023). Se discutirá cómo los distintos medios y las redes sociales de (pseudo)expertas articulan información, prescripción y consumo, y cómo la nutrición funciona como un espacio discursivo en el que se negocian la autonomía, la responsabilidad y la autoridad experta.

Palabras clave: nutrición; menopausia; discurso mediático; saludismo; análisis crítico del discurso.

REFERENCIAS

Baker, P., Gabrielatos, C., KhosraviNik, M., Krzyżanowski, M., McEnery, T., & Wodak, R. (2008). A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press. *Discourse & Society*, *19*(3), 273–306. https://doi.org/10.1177/0957926508088962

Beijbom, M., Fabricius, A., & O'Doherty, K. C. (2023). Women's health magazines and postfeminist healthism: A critical discourse analysis. *Feminism & Psychology*, *33*(4), 604–621. https://doi.org/10.1177/09593535231169823

Crawford, R. (1980). Healthism and the medicalization of everyday life. *International Journal of Health Services, 10*(3), 365–388. https://doi.org/10.2190/3H2H-3XJN-3KAY-G9NY

McGannon, K. R., & Spence, J. C. (2012). Exploring news media representations of women's exercise and subjectivity through critical discourse analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health, 4*(1), 32–50. https://doi.org/10.1080/2159676X.2011.653503

Orts Llopis, M. Á. (2026). Madres tardías y mujeres menopáusicas: El lenguaje del control social. *Discurso & Sociedad, 20*(1), 257–285. https://doi.org/10.14198/dissoc.29844

Partington, A., Duguid, A., & Taylor, C. (2013). *Patterns and meanings in discourse: Theory and practice in corpus-assisted discourse studies (CADS).* John Benjamins. https://doi.org/10.1075/scl.55

Patton, C. (2026). Anti-naturalism, technoscientific empowerment and rage: Insurgent feminist knowledge in an online menopause forum. *European Journal of Cultural Studies*. https://doi.org/10.1177/13675494251407557

Piccioni, S., & Mapelli, G. (en preparación), "Voces emergentes en la comunicación sobre salud femenina: personalización, colectivización e interpersonalidad", *Oralia*.

Rowson, T. S., Jaworska, S., & Gibas, I. (2023). Hot topic: Examining discursive representations of menopause and work in the British media. *Gender, Work & Organization, 30*, 1903–1921. https://doi.org/10.1111/gwao.13021

Session I: Translation, Terminology and Food Labelling

- **Ana María Medina Reguera & Olga Koreneva Antonova**, Universidad Pablo de Olavide, *"Gestión terminológica y etiquetado multilingüe de productos hortofrutícolas de empresas andaluzas"* (30 min)

En el marco del proyecto COMVENCE (Comunicación Digital Multimodal Multilingüe para Pymes Andaluzas: Análisis Discursivo de Sitios Web Corporativos, FEDER 2014-2020, UPO-1381362), se lleva realizando en el grupo de investigación COMINTRAD (HUM-995, grupo del plan de investigación de la Junta de Andalucía) un trabajo terminológico multilingüe cuyo punto de partida es las diferencias encontradas entre las distintas denominaciones de los productos agroalimentarios exportados por la comunidad autónoma de Andalucía. El punto de partida son las diferencias traductológicas en el etiquetado de diferentes productos (distintos tipos de tomate o pimiento, por ejemplo), así como de sus variedades genéticamente modificadas o alteradas de alguna forma mediante técnicas humanas para otorgarles nuevas formas o características (Koreneva Antonova et. al. 2024).
Siguiendo estudios de la Terminología Corporeizada Sensorial (Temmerman 2017), los nombres de los productos en el mercado global crean ciertas expectativas y afectan al comportamiento del consumidor. Sobre todo, la denominación de los productos del sector alimenticio juega un papel importante apelando a las percepciones sensoriales del público meta (apariencia visual, gusto, tacto y olor). Los nombres de los alimentos son el resultado de la interacción de diferentes recursos sensoriales, lingüísticos y cognitivos que serán negociados entre la comunidad hablante.
En COMVENCE se llevó a cabo un estudio de los productos hortofrutícolas más exportados desde Andalucía proponiendo su etiquetado en cinco lenguas (español, inglés, alemán, francés y ruso). Con la aplicación de las premisas de la teoría terminológica cognitiva (Terminología Basada en Marcos, Faber 2022, Faber et al. 2006) se facilita la recopilación del conocimiento especializado subyacente a cada concepto de interés. En base a este inventario del conocimiento se reconstruye una estructura conceptual correspondiente a cada noción en forma de un marco cognitivo universal para cualquier lengua. El empleo de la TBM ayudó a identificar los equivalentes multilingües de los nombres de fruta y verdura exportados desde Andalucía y garantizar su correspondencia entre las lenguas/culturas. La gestión del corpus se llevó a cabo con la herramienta informática online Sketch Engine y fuentes terminológicas oficiales junto con las de los sitios web de empresas y cooperativas del sector.
Se presentan los resultados teóricos junto con la aplicación práctica que se ofrece a los agentes sociales (empresas e institutos de promoción de comercio, como TRADE en Andalucía) en forma de glosario multimodal multilingüe alojado en un servidor de la universidad. La herramienta permite eliminar incongruencias y solapamientos entre lenguas/culturas al tiempo que puede servir de modelo para otras lenguas y productos alimenticios.

Keywords: Comercio Exterior, etiquetado de productos alimenticios, Terminología corporeizada sensorial, Terminología basada en marcos, productos hortofrutícolas, productos de Andalucía

REFERENCES

Faber, P. (2022). Frame-based Terminology, in: P. Faber, M-C. L'Homme (Eds.), Theoretical Perspectives on Terminology, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia, pp. 353-377.

Faber, P., Montero Martínez, S., Castro Prieto, M.R., Senso Ruiz, J., Prieto Velasco, J.A., León Araúz, P., Márquez Linares, C.F. and Vega Expósito, M. (2006). "Process-oriented terminology management in the domain of Coastal Engineering". Terminology 12.2, pp. 189-213

Koreneva Antonova, O., Medina Reguera, A.M., Marques Gomes da Motta, B., Moreno Arroyo, C., De Troya Landero, H., Gago Fernández, L. (2024). Need for Effective Multilingual Terminological Management for the Success of Foreign Trade (Short Paper), Necesidad de la gestión terminológica multilingüe eficaz para el éxito del Comercio Exterior (Short Paper). En: CEUR Workshop Proceedings. 2024. Vol. 3703

Temmerman, R. "Verbalizing sensory experience for marketing success". Terminology 23.1 (2017): 132–154. doi 10.1075/term.23.1.06tem

- **Cristina Adrada Rafael & María Pascual Cabrerizo**, Universidad de Valladolid (Campus Duques de Soria, **online**), *"Del territorio al bienestar: estudio contrastivo de la identidad regional y la autenticidad en el discurso de las páginas web de queserías españolas, francesas e inglesas"* (30 min)

El queso artesanal se presenta a menudo no solo como un alimento, sino también como expresión de un territorio, de saberes heredados y de formas concretas de relación con el entorno. Partiendo de estudios sobre la variación cultural en páginas web de empresas queseras y sobre la construcción discursiva de la autenticidad en la promoción de alimentos artesanales (Cucchi, 2019; Mapes, 2020), este trabajo analiza y compara la construcción de la identidad regional en páginas web de queserías españolas, francesas e inglesas. Su objetivo es identificar y comparar los recursos verbales y visuales utilizados por estas empresas para vincular territorio y cultura alimentaria con autenticidad, sostenibilidad y bienestar.

El corpus reúne secciones funcionalmente comparables de las páginas web de doce queserías artesanales, cuatro de cada país, procedentes de regiones diferenciadas: Asturias, Andalucía, Extremadura y Canarias; País Vasco francés, Normandía, Occitania y Hauts-de-France; y Devon, Yorkshire, Suffolk y Cornualles. La muestra se ha seleccionado atendiendo a cuatro criterios: vinculación territorial explícita, riqueza verbal y visual, carácter artesanal o familiar y presencia de contenidos sobre historia, producción, sostenibilidad o bienestar animal. La comparación se desarrolla en dos niveles: uno intranacional, centrado en la variación regional, y otro internacional e interlingüístico.

El estudio combina el análisis cualitativo del discurso multimodal (Kress y van Leeuwen, 2006) con un sistema común de codificación que recoge marcadores geográficos, paisajísticos y culturales, patrimonio y comunidad, procesos artesanales y evaluación de la calidad, narración y bienestar.

Los resultados preliminares indican que la identidad regional no funciona únicamente como información geográfica, sino como un recurso de legitimación que conecta paisaje, ganadería, conocimientos locales, métodos de producción y calidad sensorial. Se distinguen tres modalidades recurrentes de autenticidad: heredada, basada en la continuidad familiar o histórica; recuperada, articulada mediante el rescate o reconstrucción de prácticas amenazadas; y territorializada, mediante la cual productos o empresas recientes adquieren legitimidad al integrarse en comunidades y paisajes locales. Tradición e innovación suelen presentarse como valores complementarios.

Asimismo, se observa una mayor narrativización histórica y afectiva en las webs españolas, una mayor institucionalización del terroir en las francesas y un mayor énfasis ecológico y

emprendedor en las inglesas. No obstante, la variación interna y las semejanzas transfronterizas cuestionan una lectura homogénea de las identidades nacionales. El bienestar se construye principalmente en términos animales, ambientales, comunitarios y sensoriales, más que estrictamente nutricionales.

Keywords: discurso multimodal; identidad regional; queso artesanal; autenticidad; bienestar

REFERENCES

Cucchi, C. (2019). National cultures on European corporate homepages in English: A linguistic analysis. *International Journal of Business Communication*, 56(2), 198–232. https://doi.org/10.1177/2329488415604456

Kress, G., y van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2.ª ed.). Routledge.

Mapes, G. (2020). Marketing elite authenticity: Tradition and terroir in artisanal food discourse. *Discourse, Context & Media*, 34, 100328. DOI: https://doi.org/10.1016/j.dcm.2019.100328

Workshop

La simplificación del lenguaje nutricional como herramienta para mejorar la adherencia terapéutica en mujeres mayores de 40

Lorena Sala Prieto
Nutricionista independiente, España

La comunicación eficaz constituye uno de los pilares fundamentales de la intervención nutricional. Sin embargo, gran parte de la información transmitida en consulta, en materiales educativos o en redes sociales utiliza terminología técnica que puede dificultar la comprensión y la aplicación práctica de las recomendaciones dietéticas. Esta situación resulta especialmente relevante en mujeres mayores de 40 años, grupo poblacional que frecuentemente consulta por cuestiones relacionadas con el control del peso, la salud metabólica, la transición menopáusica, la inflamación crónica de bajo grado o las alteraciones hormonales.

La presente comunicación analiza el papel del lenguaje claro como herramienta para mejorar la comprensión de las recomendaciones nutricionales y favorecer la adherencia terapéutica. A partir de la experiencia profesional en consulta nutricional, se examinan diferentes situaciones en las que el uso de conceptos especializados —como índice glucémico, resistencia a la insulina, inflamación sistémica, flexibilidad metabólica o densidad nutricional— genera barreras comunicativas que pueden reducir la capacidad de los pacientes para implementar cambios sostenibles en sus hábitos alimentarios.

Se propone un enfoque comunicativo basado en la traducción de conceptos científicos complejos a mensajes comprensibles, prácticos y orientados a la acción. Este modelo busca reducir la carga cognitiva asociada a la toma de decisiones alimentarias y aumentar la percepción de autoeficacia del paciente. Asimismo, se presentan ejemplos de reformulación lingüística utilizados en educación nutricional, comparando mensajes técnicos con versiones adaptadas al lenguaje cotidiano.

La comunicación analiza igualmente el impacto de las narrativas predominantes en el entorno digital, donde términos como “detox”, “quemagrasas”, “metabolismo lento” o “alimentación antiinflamatoria” influyen en las expectativas y comportamientos de los usuarios. Se argumenta que los profesionales de la nutrición deben desarrollar estrategias comunicativas que combinen rigor científico y accesibilidad lingüística para contrarrestar la desinformación y promover decisiones alimentarias fundamentadas.

Finalmente, se concluye que la simplificación del lenguaje nutricional no implica una pérdida de precisión científica, sino una herramienta de mediación entre el conocimiento especializado y las necesidades reales de los pacientes. Desde esta perspectiva, el lenguaje claro puede considerarse un factor determinante para mejorar la adherencia terapéutica y los resultados en salud en el ámbito de la nutrición clínica y preventiva.

Palabras clave: alfabetización en salud, comunicación nutricional, adherencia terapéutica, lenguaje claro, salud femenina.

Session II: Health Communication and Health Literacy

- **Irene Puente-Gil**, Universidad de Zaragoza, *"From Scientific Evidence to Actionable Knowledge: REPS as a Digital Health Communication Practice"* (30 min)

Digital technologies have reshaped the communication of scientific knowledge. In health-related domains such as nutrition and exercise science, social media, algorithm-driven platforms, and, increasingly, generative AI have expanded public access to scientific information while simultaneously amplifying misinformation and competing health claims. Within today's attention economy (Hyland, 2023), credibility alone is no longer sufficient (Lorés, 2023). Scientific evidence must also be accessible, engaging, and actionable if it is to reach and support non-expert audiences.

Against this backdrop, this paper examines *Research Explained in Practical Summaries (REPS)*, a digital health communication practice that transforms peer-reviewed nutrition and exercise research into accessible, evidence-based summaries. Rather than merely simplifying scientific articles, REPS strategically recontextualize research through rhetorical and linguistic mediation, combining expert credibility, audience-oriented explanations, and practical recommendations. While individual texts are authored by different contributors acting as knowledge mediators, the practice operates under the umbrella of a recognized expert who functions as a knowledge broker, providing a stable point of reference for credibility while also leveraging an established online community already engaged with evidence-based health information.

The aim of this study is to provide a discursive analysis of a corpus of ten REPS (27,000 words) published in two 2025 issues of the Biolayne monthly research review publication (https://biolayne.com/reps/). A qualitative move analysis (Swales, 2004) is combined with an examination of key metadiscourse features (Hyland, 2005; Mur-Dueñas, 2011) to explore how rhetorical organization and linguistic choices contribute to the mediation of scientific knowledge in this digital practice.

The rhetorical analysis shows that REPS constitute a highly conventionalized communication practice that systematically transforms scientific evidence into actionable knowledge. Structurally, information drawn from peer-reviewed research articles is reorganized into a stable rhetorical sequence that guides readers from problem framing to practical application. The linguistic analysis reveals that knowledge mediators resort to distinct metadiscursive resources in each move to balance credibility, comprehensibility, and audience engagement. More broadly, REPS perform recontextualization at structural, epistemic, and communicative levels, selectively foregrounding evidence, redistributing epistemic authority through expert mediation, and reframing research findings as practical guidance. Overall, the findings suggest that REPS exemplify an effective digital health communication practice that integrates credibility, accessibility, and engagement to transform scientific evidence into actionable knowledge in contemporary online environments.

Keywords: digital health communication; digital recontextualization; science communication; metadiscourse; knowledge mediation

REFERENCES

Hyland, K. (2005). *Metadiscourse: Exploring interaction in writing*. Continuum.

Hyland, K. (2023). Academic publishing and the attention economy. Journal of English for Academic Purposes, 64, 101253. https://doi.org/10.1016/j.jeap.2023.101253

Lorés, R. (2023). Dual voices, hybrid identities: The recontextualization of research in digital dissemination scientific discourse. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, *93*, 69–84. https://doi.org/10.5209/clac.85566

Mur-Dueñas, P. (2011). An intercultural analysis of metadiscourse features in research articles written in English and in Spanish. *Journal of Pragmatics*, *43*(12), 3068–3079. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.05.002

Swales, J. M. (2004). *Research genres: Explorations and applications* (2nd ed.). Cambridge University Press.

- **Shahanas Punnilath Shanavas**, VIT Chennai (India) (**online**), *"Between Prescription and Communication: Multilingual Strategies and Language Barriers in Clinical Nutrition Consultations in Indian Multi-specialty Hospitals"* (30 min)

India's multi-specialty hospital sector occupies a uniquely complex sociolinguistic space. It simultaneously serves a linguistically diverse local population spanning dozens of regional languages and varying levels of health literacy, and an expanding cohort of international medical tourists who arrive with distinct linguistic and cultural frameworks for understanding nutrition and health. Clinical nutritionists working in this environment function as frontline communicators navigating competing linguistic registers, professional terminologies, and lay expectations within a single consultation. Despite growing scholarly attention to language in healthcare communication globally, the specific communicative practices of clinical dietitians and nutritionists remain underexplored in applied linguistics, particularly in postcolonial, multilingual contexts such as India. This study addresses that gap by foregrounding the nutritionist rather than the physician or nurse as a key interactional agent in health communication.

This study draws on semi-structured interviews with clinical nutritionists employed in Indian multi-specialty hospitals that cater to both urban local patients and international medical tourists. It adopts a mixed-methods approach combining qualitative thematic analysis of interview data with an examination of patient-facing written materials produced and used by the same practitioners, including diet charts, instruction sheets, and nutritional guides. The analysis is grounded in applied linguistics and draws on health communication theory, health literacy research, and multilingualism studies.

The study investigates how nutritionists negotiate linguistic and cultural distance in consultations, what code-switching and register-shifting strategies they deploy across English, Hindi, and regional languages, and how patient-facing written materials reflect or contradict the communicative choices made in spoken interaction. It also examines whether multilingual communication strategies in these hospitals emerge from institutional protocol or individual practitioner adaptation, and what implications this has for health literacy and patient understanding. This study contributes empirical evidence from a geographically and institutionally under-researched context and has implications for the design of multilingual nutrition communication resources, the training of healthcare communicators, and regulatory discussions around plain language in health settings.

Keywords: health communication, multilingualism, clinical nutrition, health literacy, medical tourism

Session III: Digital Discourse, Multimodality and Nutrition Communication

- **Alejandro Moreno Sadornil**, Universidad de Alicante, *"Constructing Authority through Epistemic Modality: A Contrastive Study between Peninsular Spanish and U.S. Nutrition Influencers' Instagram Reels"* (30 min)

This paper explores how epistemic modality shapes the construction of persuasive authority in Peninsular Spanish and U.S. nutrition influencers' Instagram reels through credibility (*ethos*), emotional engagement (*pathos*) and logical argumentation (*logos*). Thus, the aims of this study are threefold: (a) to classify the epistemic strategies employed in a sample of Instagram nutrition reels; (b) to examine how these linguistic resources contribute to the rhetorical appeals of *ethos*, *pathos* and *logos*; (c) to compare how evidentiality is used to build authority in the discourse of Peninsular Spanish and U.S. nutrition creators. Although previous research has extensively analysed modality in digital discourse (Parini & Placencia, 2024; Pessoa Prata & Fuentes Rodríguez, 2025), as well as persuasive strategies in multimodal social media communication (Guillén Galve & Vela Tafalla, 2023; Hidarto, 2021; Khoirunnisaa & Septiana Harti, 2023), little attention has been paid to how epistemic modality reflects intercultural divergences in increasingly widespread formats such as Instagram reels. The research questions are: (a) which epistemic strategies are used by Peninsular Spanish and U.S. nutrition influencers in their Instagram reels? (b) How does epistemic modality construct *ethos*, *pathos* and *logos* in digital nutrition discourse? (c) To what extent do Peninsular Spanish and U.S. nutrition influencers differ in their use of evidentiality to construct authority? A null hypothesis and an alternative one are formulated: (a) there are no significant differences in the epistemic traits employed by Peninsular Spanish and U.S. nutrition influencers in the reels analysed and, consequently, no intercultural variation in persuasive authority is observed; (b) there are significant differences in the epistemic traits employed by Peninsular Spanish and U.S. nutrition influencers in the reels analysed and, consequently, relevant intercultural variation in persuasive authority is observed. Methodologically, the study adopts a qualitative corpus-based approach to twenty Instagram nutrition reels, evenly divided between Peninsular Spanish and U.S. content creators. The data are annotated and analysed by using co-occurrences and n-grams on Sketch Engine to identify recurrent epistemic patterns, which will be refined through expert linguistic interpretation. Overall, this study addresses the scarcity of contrastive research on epistemic modality in digital nutrition discourse, offering insights into intercultural differences in authoritative stance in healthcare Instagram reels.

Keywords: *digital discourse*; *epistemic modality*; *evidentiality*; *intercultural pragmatics*; *nutrition influencers.*

REFERENCES

Guillén Galve, I. & Vela Tafalla, M. A. (2023). Digital Genres and Multimodality. *Journal of English for Specific Purposes at Tertiary Level*, *11*(2), 198-212. https://zaguan.unizar.es/record/126408/files/texto_completo.pdf [Accessed 26 June 2026].

Hidarto, A. (2021). The Persuasive Language of Online Advertisements Featuring Social Media Influencers on Instagram: a Multimodal Analysis. *Indonesian Journal of English Language Teaching*, *16*(1), 15-36. https://doi.org/10.25170/ijelt.v16i1.2550 [Accessed 20 June 2026].

Khoirunnisaa, S. & Septiana Harti, L. M. (2023). A Multimodal Discourse Analysis of Indonesian Beauty Product Advertisement Featuring Korean Celebrity on Instagram

Post. *Language Horizon: Journal of Language Studies*, *11*(1), 14-23. https://doi.org/10.26740/lh.v11n1.p14-23 [Accessed 23 June 2026].
Parini, A. & Placencia, M. A. (2024). *Introducción al estudio del discurso digital en español*. Routledge.
Pessoa Prata, N. P. & Fuentes Rodríguez, C. (2025). El modal deóntico *debería* en el discurso digital escrito en español. *Verba: Anuario Galego de Filoloxía*, *52*, 1-32. https://doi.org/10.15304/verba.52.9038 [Accessed 20 June 2026].

- **Fernando Casanova Martínez**, Universidad de Alicante, *"Interjecciones y gestos como recursos multimodales en el discurso procedimental de personas con afasia de Broca: cómo preparar un sándwich"* (30 min)

Los distintos géneros discursivos imponen demandas lingüísticas específicas, de modo que la elección del tipo de discurso condiciona los procesos comunicativos que pueden analizarse (Stark, 2019). Entre ellos, el discurso procedimental, entendido como la explicación verbal de los pasos necesarios para realizar una actividad cotidiana (Ulatowska et al., 1990), constituye un contexto especialmente adecuado para el estudio de la comunicación multimodal, ya que favorece la producción de verbos de acción y el empleo de gestos (Pritchard et al., 2015). En las personas con afasia de Broca, las limitaciones lingüísticas derivadas del trastorno pueden comprometer la producción de este tipo de discurso. No obstante, el modo en que las interjecciones y los gestos se articulan para construir este género discursivo ha recibido una atención limitada en la investigación sobre afasia.
En este contexto, el presente trabajo analiza la construcción multimodal del discurso procedimental a partir de las interjecciones y los gestos producidos por diez hablantes nativos de inglés americano con afasia de Broca de severidad moderada (AQ= 51-75), cinco mujeres y cinco hombres. Las producciones proceden de la tarea de discurso procedimental del protocolo AphasiaBank (MacWhinney et al., 2011), en la que los participantes deben explicar cómo preparar un sándwich de mantequilla de cacahuete y mermelada.
El estudio combinará un análisis cuantitativo y cualitativo. Las interjecciones se clasificarán atendiendo a su tipología (Ameka, 1992; Dingemanse, 2024) y a las funciones pragmáticas que desempeñan en el discurso (Fischer, 2000), mientras que los gestos se analizarán siguiendo la propuesta de Sekine y Rose (2013). A partir de este análisis, se examinará la coordinación entre ambos recursos durante la construcción del discurso y su contribución a la continuidad de la interacción.
Se plantea la hipótesis de que las interjecciones y los gestos constituyen recursos multimodales complementarios que favorecen la construcción del discurso procedimental cuando la producción verbal se ve comprometida por la afasia. Los resultados permitirán profundizar en el conocimiento de las estrategias comunicativas empleadas por las personas con afasia en la explicación de procedimientos cotidianos y aportar nuevas evidencias sobre la relevancia de la multimodalidad para el análisis del discurso en lingüística clínica.

Keywords: afasia de Broca; discurso procedimental; interjecciones; gestos; multimodalidad

REFERENCES

Ameka, F. (1992). Interjections: The universal yet neglected part of speech. *Journal of Pragmatics, 18*, 101-118. https://doi.org/10.1016/0378-2166(92)90048-G
Dingemanse, M. (2024). Interjections at the heart of language. *Annual Review of Linguistics, 10*(1), 257-277. https://doi.org/10.1146/annurev-linguistics-031422-124743

MacWhinney, B., Fromm, D., Forbes, M., y Holland, A. (2011). AphasiaBank: Methods for studying discourse. *Aphasiology*, *25*(11), 1286-1307. https://doi.org/10.1080/02687038.2011.589893

Pritchard, M., Dipper, L., Morgan, G., y Cocks, N. (2015). Language and iconic gesture use in procedural discourse by speakers with aphasia. *Aphasiology*, *29*(7), 826-844. https://doi.org/10.1080/02687038.2014.993912

Sekine, K., y Rose, M. L. (2013). The relationship of aphasia type and gesture production in people with aphasia. *American Journal of Speech-Language Pathology*, *22*(4), 662-672. https://doi.org/10.1044/1058-0360(2013/12-0030)

Stark, B. C. (2019). A comparison of three discourse elicitation methods in aphasia and age-matched adults: Implications for language assessment and outcome. *American Journal of Speech-Language Pathology*, *28*(3), 1067-1083. https://doi.org/10.1044/2019_AJSLP-18-0265

Ulatowska, H. K., Allard, L., y Chapman, S. B. (1990). Narrative and procedural discourse in aphasia. En Y. Joanette y H. H. Brownell (Eds.), *Discourse Ability and Brain Damage* (pp. 180-198). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3262-9_8

- **Juan Pedro Morales-Jiménez**, Universidad de Valladolid, *"Cuando la gastronomía encontró la traducción: errores y culturemas en los menús de Córdoba"* (30 min)

La terminología gastronómica supone una gran complejidad para la traducción y, más aún, cuando pertenece a una región con arraigo cultural. Dentro de este sector, existe un gran abanico de géneros que son instrumentos de comunicación entre un emisor experto en restauración y un público general, ya sea nativo o extranjero. Claro ejemplo de ello es el menú; un error en su traducción puede suponer un problema de comprensión, limitar la decisión del cliente o poner en riesgo su salud al omitir ingredientes o técnicas. Por dicho motivo, nos planteamos analizar la calidad de las traducciones del español al inglés de los menús de Córdoba (España) por su interés patrimonial con el objetivo de, en primer lugar, evaluarlos y conocer si los problemas encontrados suponen un escollo a la comprensión y, en segundo lugar, delimitar si existe alguna posible correlación entre el presupuesto medio del restaurante y la calidad de la traducción. Como fase inicial de la investigación, hemos contextualizado y descrito textualmente lo que es un menú, sus características y qué información debería estar presente tanto en la cultura española como en la inglesa. Tras la compilación de un corpus paralelo español-inglés, hemos aplicado el modelo evaluativo de Waddington (2000) con el que hemos puntuado cada texto. Dicho corpus *ad hoc* y alineado se compiló con unos criterios claros para crear diversos grupos: procedentes de Córdoba capital, con distintos presupuestos (bajo, medio y alto) y tipos de cocina (tradicional o creativa). Mediante esta taxonomía, hemos identificado los principales errores y si estos provocan desinformación; las numerosas omisiones, adiciones y calcos denotan una carencia de competencia traductora que limita la comprensión, reduce la claridad textual y puede condicionar la decisión del cliente. Los culturemas se han trasladado mediante un uso mayoritario de préstamos y amplificaciones, aunque existen fallos que afectan a la interpretación de aquellas recetas con mayor carga cultural. Gracias a la puntuación de cada texto, observamos una correlación positiva débil entre presupuesto y calidad, lo que no nos permite afirmar que los restaurantes de mayor precio siempre ofrezcan mejores traducciones.

El presente estudio destaca la necesidad de seguir profesionalizando el sector y prestar mayor atención al valor cultural y textual de los menús para evitar un problema comunicativo.

Keywords: Traducción gastronómica. Calidad de los menús. Culturemas. Análisis basado en corpus. Errores de traducción.

REFERENCES

Aguilar-Rivero, Minerva; Salvador Moral-Cuadra & Teresa López-Felipe. (2021) "Turismo gastronómico en la ciudad de Córdoba: perfil sociodemográfico, motivaciones, satisfacción y lealtad." *El turismo en Córdoba: escenarios, tendencias y perspectivas: libro homenaje a los profesores José María Manjavacas Ruiz y Martín Torres Márquez (in memoriam).* UCOPress. Electronic version: <https://portalinvestigacion.um.es/documentos/6478d7d02c6d5e7ba65b0b53\>

Bugnot, María Ángeles. (2016) "La Traducción de La Gastronomía: Textos y Contextos." *TRANS. Revista de Traductología* 10, pp. 9. <https://doi.org/10.24310/TRANS.2006.v0i10.1066\>

Cantón Rodríguez, María Loreto & Mercedes López Santiago. (2021) "Denominación, traducción y transferencia cultural en el ámbito de la gastronomía." *Onomázein* 54, pp. 1–19.

Castellano Martínez, José María. (2021) *Fundamentos Nocionales y Traductológicos Para La Traducción de Textos Turísticos.* Granada: Editorial Comares.

Fallada Pouget, Carmina. (2000) "Are Menu Translations Getting Worse?" *Target* 12:2, pp. 323–332. https://doi.org/10.1075/target.12.2.08fal

Fallada Pouget, Carmina. (2005) "La "Desprofesionalización" y el modelo "unidireccional" en la traducción de menús en Cataluña." In: Adrián Fuentes-Luque (ed.). *La Traducción en el Sector Turístico.* Atrio.

Fuentes-Luque, Adrián. (2017) "An Approach to Analysing the Quality of Menu Translations in Southern Spain Restaurants." *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 38:2, pp. 177–188. <https://doi.org/10.1080/01434632.2016.1187154\>

Graziano, Alba. (2017) *Marketing Food through Translation: An Analysis of a Hundred Menus from Lazio.*<https://dspace.unitus.it/handle/2067/37137\>

Waddington, Christopher (2000) *Estudio comparativo de diferentes métodos de evaluación de traducción general (inglés-español).* Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

Session IV: Digital Health Communication, Metaphor and ESP

- **Montserrat Esbri Blasco**, Universitat de València, *"Cooking Metaphors in Online Discourse about Ehlers-Danlos Syndrome"* (30 min)

Ehlers-Danlos syndrome (EDS) includes a group of genetic disorders that affect our body's connective tissue. EDS is characterized by joint instability and hypermobility, abnormal wound healing and tissue fragility, among other symptoms (Malfait et al., 2020; van Dijk, 2024). Despite its considerable impact on everyday life, many EDS patients often struggle to express their sensorimotor experiences associated with this condition. In this regard, metaphors play a vital role in characterizing illnesses, as they allow patients to reason about complex experiences in terms of more concrete and familiar concepts (Coll-Florit et al., 2021; Kövecses, 2020; Semino et al., 2017). Previous studies in Cognitive Linguistics have demonstrated that food and cooking terms are a prolific source for metaphorical conceptualization (Deignan, 2003; Esbrí-Blasco, 2024; Esbrí-Blasco & Navarro i Ferrando,2023; Kövecses, 2010). The present study identifies and analyzes COOKING metaphors used by EDS patients to refer to their condition in digital discourse. The data analyzed was drawn from the online platform Reddit, more specifically, from the Ehlers Danlos subreddit. The metaphorical expressions were identified using an adaptation of MIP (Pragglejaz, 2007) that integrates semantic frames (Fillmore, 1982) so as to identify the core frame elements involved in the metaphorical mappings. The results of the study suggest that the COOKING domain is a recurrent and powerful domain for the metaphorical conceptualization of EDS. Lexical items such as (*wet) spaghetti*, *pudding*, *string cheese*, among others, allow EDS patients to metaphorically conceptualize their body as food that is too soft, overcooked, too elastic and unable to keep a stable form. The metaphorical mappings between the source and the target frames analyzed highlight the fragility, unpredictability and loss of body control of EDS patients.

Keywords: *conceptual metaphor, Ehlers Danlos Syndrome, online discourse, cooking metaphors*

REFERENCES

Coll-Florit, M., Climent, S., Sanfilippo, M., & Hernández-Encuentra, E. (2021). Metaphors of depression: Studying first-person accounts of life with depression published in blogs. *Metaphor and Symbol, 36*(1), 1–19.

Deignan, A. (2003). Metaphorical expressions and culture: An indirect link. *Metaphor and Symbol*, *18*(4), 255–271. https://doi.org/10.1207/S15327868MS1804_3

Esbrí-Blasco, M. (2024). A Taste of Metaphor Variation: Contrasting the Metaphorical Extensions of "stew" and "guisar". *Respectus Philologicus, 45(50),* 9–24. https://doi.org/10.15388/RESPECTUS.2024.45(50).1

Esbrí-Blasco, M. & Navarro i Ferrando, I. (2023). Thematic role mappings in metaphor variation: contrasting English *bake* and Spanish *hornear*. *Poznan Studies in Contemporary Linguistics*, *59*(1), 43-64. https://doi.org/10.1515/psicl-2022-1020

Fillmore, Charles (1982). Frame Semantics. In The Linguistic Society of Korea (ed.), Linguistics in the Morning Calm, Seoul: Hanshin, 111-137.

Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A practical introduction* (2nd ed.). Oxford University Press.

Kövecses, Zoltán (2020). Extended Conceptual Metaphor Theory. Cambridge: Cambridge University Press.

Malfait, F., Castori, M., Francomano, C. A., Giunta, C., Kosho, T., & Byers, P. H. (2020). The Ehlers–Danlos syndromes. *Nature Reviews Disease Primers, 6*(1), Article 64. https://doi.org/10.1038/s41572-020-0194-9

Pragglejaz Group (2007). MIP: a Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse. *Metaphor and Symbol, 22* (1), 1–39. https://doi.org/10.1080/10926480709336752.

Semino, E., Demjén, Z., Demmen, J., Koller, V., Payne, S., Hardie, A., & Rayson, P. (2017). The online use of Violence and Journey metaphors by patients with cancer, as compared with health professionals: A mixed methods study. *BMJ Supportive & Palliative Care, 7*(1), 60–66.

van Dijk, F. S., Ghali, N., & Chandratheva, A. (2024). Ehlers–Danlos syndromes: Importance of defining the type. *Practical Neurology, 24*(2), 90–97. https://doi.org/10.1136/pn-2023-003703

- **Douglas Noel Santos Murillo**, Universidad Nacional Autónoma de Honduras / Universidad de Salamanca (**online**), *"From Menus to Food Labels: Using Authentic Materials to Teach English for Food and Beverage Professionals in Honduras"* (30 min)

In English for Specific Purposes (ESP), authentic materials are widely recognized as valuable pedagogical resources for bridging the gap between classroom instruction and real-world professional communication (Dudley-Evans & St John, 1998; Gilmore, 2007). However, in many English as a Foreign Language (EFL) contexts, particularly in Latin America, ESP instruction still relies heavily on decontextualized textbooks and simplified materials that often fail to reflect the communicative demands of professional environments.

This study, part of an ongoing doctoral research project, explores the effectiveness of authentic materials in the teaching of English within the Food and Beverage undergraduate program at the Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras. It is grounded in the premise that students preparing for careers in hospitality and food service require exposure to language as it naturally occurs in professional contexts, including restaurant menus, food labels, customer reviews, recipes, promotional materials, service interactions, and workplace documentation.

Such materials provide meaningful and realistic linguistic input embedded in authentic communicative contexts (Nunan, 2004; Tomlinson, 2012).

Drawing on theoretical frameworks in ESP, communicative language teaching, and authenticity in language pedagogy, this research examines how authentic materials may contribute to the development of linguistic competence, domain-specific vocabulary, pragmatic awareness, and professional communicative skills. Authenticity is understood not simply as the use of real-world texts, but as learners' engagement with purposeful communication (Widdowson, 1978).

The study adopts a mixed-methods case study design involving classroom observations, student perception surveys, semi-structured interviews, and analysis of instructional materials.

Preliminary findings suggest that authentic materials increase learner motivation, improve contextual vocabulary acquisition, and enhance students' ability to engage in realistic communicative tasks related to food service and hospitality. At the same time, challenges emerge regarding lexical density, cultural specificity, and the need for pedagogical scaffolding, particularly for lower-proficiency learners (Gilmore, 2007).

This paper argues that authentic materials should be viewed as essential mediational tools that foster professional literacy and workplace readiness in ESP settings, contributing to current discussions on language education and specialized communication.

Keywords: *English for Specific Purposes (ESP), authentic materials, food and beverage education, professional communication, hospitality*

REFERENCES

Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998). *Developments in ESP*. Cambridge University Press.

Gilmore, A. (2007). Authentic materials and authenticity in foreign language learning. *Language Teaching, 40*(2), 97–118.

Nunan, D. (2004). *Task-Based Language Teaching*. Cambridge University Press.

Tomlinson, B. (2012). Materials development for language learning and teaching. *Language Teaching, 45*(2), 143–179.

Widdowson, H. G. (1978). *Teaching Language as Communication*. Oxford University Press.

- **Alba Fernández Sanmartín**, Universidade de Santiago de Compostela (**online**), *"«La verdadera causa de tu malestar»: El uso de activadores presuposicionales como estrategia de* clickbait *en la divulgación sobre salud y nutrición en Instagram"* (30 min)

Las redes sociales han modificado profundamente las formas de producción y circulación del conocimiento sobre salud. La desaparición de intermediarios editoriales y la monetización basada en la atención han favorecido la proliferación de perfiles sobre divulgación cuya visibilidad depende del número de visualizaciones e interacciones obtenidas. En consecuencia, la eficacia comunicativa deja de estar vinculada exclusivamente al rigor científico y pasa a depender también de la capacidad del mensaje para captar la atención del usuario y lograr que haga clic en una determinada publicación (*clickbait*).

Este trabajo parte de la hipótesis de que uno de los mecanismos lingüísticos más eficaces de *clickbait* en Instagram son los activadores presuposicionales. Mientras que la bibliografía sobre este fenómeno se ha centrado en el uso de la curiosidad, la omisión informativa o los recursos léxicos de carácter emocional (Blom y Hansen, 2015; Kuiken et al., 2017), el presente estudio propone que la presuposición constituye un procedimiento muy efectivo para lograr la atención del lector a partir de la construcción simultánea de autoridad, alarma y necesidad de conocimiento.

El análisis se basa en un corpus de publicaciones de Instagram sobre nutrición y bienestar elaborado específicamente para esta investigación. Los resultados muestran el modo en que estructuras como *deja de..., la verdadera causa de..., lo que nadie te ha explicado* o *por fin sabemos por qué...*, son empleados en la construcción simultánea de dos marcos discursivos complementarios: una narrativa del miedo, basada en la existencia de riesgos invisibles para la salud («estás dañando tu organismo sin saberlo»), y una narrativa de la verdad desvelada, según la cual el receptor ha permanecido engañado hasta el momento por las fuentes tradicionales de conocimiento.

El trabajo defiende que la naturaleza implícita de las presuposiciones (Levinson, 1983; Beaver y Geurts, 2014) constituye uno de los principales factores de eficacia de este tipo de mensajes, ya que facilita la aceptación de contenidos potencialmente controvertidos,

incrementa la sensación de amenaza, genera inquietud e impulsa respuestas inmediatas como el clic, el comentario o la búsqueda de más información, mecanismos todos ellos fundamentales para la economía de la atención (Franck, 1999; Citton, 2017) que caracteriza a las plataformas digitales.

Keywords: presuposición; clickbait; comunicación sobre salud; Instagram; economía de la atención

REFERENCES

Beaver, D. I., & Geurts, B. (2014). Presupposition. En C. Maienborn, K. von Heusinger, & P. Portner (Eds.), *Semantics: An International Handbook of Natural Language Meaning* (Vol. 3, pp. 2432–2460). De Gruyter Mouton.

Blom, J. N., & Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics, 76*, 87–100. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010

Citton, Y. (2017). *The Ecology of Attention*. Polity Press.

Franck, G. (1999). The economy of attention. *Journal of Sociology, 35*(1), 27–44.

Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital Journalism, 5*(10), 1300–1314. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978

Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.

Round Table

Etiquetas Claras, Decisiones Saludables: Alfabetización, Recursos Bilingües y Empoderamiento Comunitario: experiencias de aprendizaje-servicio

Isabel Balteiro (mod.) , Asunción Martínez Milán, Juan Carlos Vicedo Beltrán, & Carla Rasero Domenech

Esta mesa redonda tiene como objetivo compartir experiencias, estrategias y resultados de un proyecto de innovación educativa basado en la metodología de aprendizaje-servicio (ApS), que combina la formación universitaria con el compromiso social y la transferencia de conocimiento a la comunidad.

La iniciativa parte de la necesidad de mejorar la alfabetización alimentaria y nutricional de la ciudadanía, prestando especial atención a colectivos vulnerables, como la infancia, las personas mayores y aquellas con dificultades de comprensión de la información presente en el etiquetado de los alimentos. A través de actividades desarrolladas por estudiantes universitarios, se promueve la comprensión crítica de las etiquetas alimentarias mediante la elaboración de recursos bilingües (español-inglés), glosarios, materiales divulgativos y propuestas didácticas adaptadas a distintos perfiles de destinatarios.

Durante la mesa redonda se presentarán experiencias concretas de diseño, implementación y evaluación de actividades de aprendizaje-servicio, así como los principales retos encontrados en la adaptación del lenguaje especializado a formatos accesibles y comprensibles. Se prestará especial atención al desarrollo de competencias lingüísticas, comunicativas, interculturales y sociales del alumnado universitario, así como a su papel como agente de mediación entre el conocimiento académico y las necesidades reales de la ciudadanía.

La sesión permitirá reflexionar sobre el potencial del aprendizaje-servicio para integrar docencia, investigación y responsabilidad social universitaria, fomentar la participación comunitaria y contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente los relacionados con la salud y el bienestar, la educación de calidad y la reducción de las desigualdades.