

«GLOTOFOBIA» ANTE LOS ACENTOS ANDALUCES Y CANARIOS: UN ANÁLISIS A TRAVÉS DE LA PRENSA

Susana Guerrero Salazar
(Universidad de Málaga)

1. Introducción¹

La prensa recurre a expresiones como *xenofobia lingüística*, *racismo lingüístico* o *supremacismo lingüístico* para nombrar la discriminación que se produce por cuestiones lingüísticas. En los últimos años, lingüistas de distintos países han propuesto diversos términos para nombrar este fenómeno, así la finlandesa Tove Skutnabb-Kangas propuso el vocablo *lingüicismo* («discriminación por la lengua»)². En 2016, Jorge Diz Pico propone el neologismo *hablismo* («el prejuicio de alguna gente hacia la variedad de habla que una persona ha elegido, diferente a la que ellos usarían, por ser alejada del artificial canon ideal que ellos toman como referencia»)³. Este mismo año el lingüista francés Philippe Blanchet acuña *glottophobie*, neologismo que define como «el desprecio, el odio, la agresión, el rechazo o la exclusión de personas sobre el hecho de considerar incorrectas, inferiores o malas ciertas formas lingüísticas»⁴. La traducción española, *glotofobia*, irrumpe en la prensa española a finales de 2020, con motivo de una proposición de ley aprobada en Francia por la Asamblea Nacional que sanciona la discriminación de una persona debido a su acento. Esta medida abre un debate en la prensa española sobre si existe o no *glotofobia* en nuestro país y si esta debería sancionarse:

24/11/2020	¿Hay que castigar la discriminación por acento? Francia se dispone a legislar sobre la «glotofobia»: la segregación por hablar de un modo diferente al estándar parisino. [...] La razón principal es que hay empresas que no están dispuestas a contratar a alguien con un acento diferente al normativo, es decir, al parisino. [...] El acento se suma así a otros motivos de discriminación laboral en Francia susceptibles de ser sancionados: origen, sexo, raza, discapacidad, religión, embarazo, pertenencia a un sindicato, orientación sexual o apellido, un asunto, este último, especialmente delicado entre la población de origen magrebí.	lamarea.com
04/12/2020	¿Hay glotofobia en España? En un país con diferentes lenguas y donde se habla el español con varios acentos, ¿se produce la xenofobia lingüística? ¿Debería estar penalizado como en Francia?	lavanguardia.com

Unos meses después, en mayo de 2021, el grupo político Unidas Podemos presenta una proposición no de ley solicitando que se ponga en marcha una campaña institucional que reivindique la dignidad de todas las modalidades lingüísticas:

¹ Este artículo se inserta en el marco de dos proyectos de cuyas bases de datos he obtenido el corpus. Por un lado, el proyecto de excelencia al que pertenezco como miembro: «El columnismo lingüístico en la prensa española desde sus orígenes. Análisis multidimensional, caracterización y aplicaciones» (METAPRES-COLING), dirigido por Carmen Marimón Llorca. Por otro, el proyecto de innovación educativa que dirijo: «La Hemeroteca Virtual de las Lenguas como recurso para la iniciación a la investigación».

² <https://nilavigil.com/2010/09/01/alto-al-linguicismo/> (consulta realizada el 14/05/2021).

³ <https://medium.com/el-ratón-ciego/el-02/05/2016> (consulta realizada el 14/05/2021).

⁴ <https://www.ideasimprescindibles.es/gltofofia-la-xenofobia-de-los-acentos/> (consulta realizada el 14/05/2021).

17/05/2021	Unidas Podemos pide en el Congreso medidas para combatir la «discriminación» por acento [...] asevera que en España los acentos «más discriminados son los del sur», y cita expresamente a Andalucía, Murcia o Canarias como algunas de las regiones que «sufren más glotofobia o hablismo (accentism)». [...] esa estigmatización nace de una «ideología lingüística centralista, purista e inmovilista», que se empezó a desarrollar con el nacimiento de los estados nacionales modernos y se sustenta en «la idea errónea de que solo existe una única forma correcta de hablar». Algo que, parafraseando a la lingüista Tove Skutnabb-Kangas, busca «legitimar y reproducir» la «división desigual del poder y de los recursos sobre la base de la lengua».	abc.es
------------	--	--------

Quizás de todos los términos propuestos para nombrar la discriminación por el acento sea *glotofobia* el que tenga más probabilidades de asentarse, pues el elemento compositivo culto *-fobia* («aversión» o «rechazo») es muy productivo actualmente en la prensa debido a que las tendencias y los movimientos políticos y reivindicativos que protagonizan las noticias provocan la creación de términos que sirven para conceptualizar nuevas corrientes y tendencias... Genera así neologismos tendenciosos que denuncian determinadas medidas o comportamientos injustos (*turismofobia*, *gordofobia*) o critican, parodian o ironizan sobre personajes de actualidad (*Ronaldofobia*). Mediante estos términos se radiografía de manera subjetiva e intencionada la realidad, ya sea política, económica o social (Guerrero Salazar, 2020c). El éxito de estos neologismos se debe, como explica Sanmartín Sáez (2019: 87), a que son muy transparentes y de ellos se infiere con gran facilidad su sentido; su transparencia supone «una herramienta lingüística para etiquetar una realidad con un claro sesgo ideológico».

Así pues, el término *glotofobia* puede convertirse en el hiperónimo de otras creaciones léxicas que llevan años apareciendo en la prensa española, como *canariofobia*, *andalufobia* (y otras variantes como *andalufobia* o *andalofobia*):

04/05/2020	El andaluz como arma arrojadiza [...] Entrevistamos por teléfono al cómico y artista sevillano Manu Sánchez. Con su acento marcadamente andaluz reflexiona sobre este nuevo caso de «andalufobia o surfobia»: «Yo diría que se trata básicamente de aporafobia. Señalar al hablismo del sur es señalar nuestra tradición de pobreza, como si fuéramos intrusos ante ciertas élites, o sea, es clasismo».	mundo.sputniknews.com
27/05/2020	El prejuicio que no cesa (contra el andaluz) [...] Para el investigador Manuel Rodríguez Illana, estamos ante un caso claro de andalofobia y españolismo lingüístico. Esa es la tesis que defiende en su libro <i>Por lo mal que habláis</i> , donde examina la estigmatización del andaluz en los discursos hegemónicos difundidos en los medios de comunicación.	publico.es

2. Objetivos, hipótesis, corpus y metodología

El objetivo de este artículo es analizar el papel de la prensa como divulgadora de actitudes lingüísticas en torno al andaluz y al canario, dos modalidades del español que guardan una estrecha relación pues comparten una serie de rasgos y circunstancias:

1. Ambas son formas de hablar español cuya peculiaridad reside fundamentalmente en la pronunciación.

2. Ambas poseen una notable diversidad (no existe ningún rasgo fonético común ni a todos los hablantes andaluces ni a todos los canarios, ni tampoco ninguno que sea exclusivo de ninguna de estas modalidades).
3. Ambas comparten rasgos del denominado español meridional o atlántico.
4. Ambas padecen cierta estigmatización histórica.
5. Ambas son periféricas y han visto distorsionada la percepción que se tiene desde el exterior, pues quedan supeditadas al constructo idealista de la lengua estándar.
6. Ambas aparecen con frecuencia en la prensa por polémicas que se convierten en noticia y que son objeto de valoraciones lingüísticas a través del periodismo de opinión (Guerrero Salazar, 2020a) y de las redes sociales.

La hipótesis de partida es que tanto los andaluces como los canarios, en general, sienten orgullo de su acento, por lo que los estereotipos parecen funcionar más bien por parte del exogrupo, que posee una imagen estereotipada (sobre todo con respecto al andaluz) anclada en el pasado. Esta imagen, lejos de perderse, se ve difundida y perpetuada por la prensa, que, en vez de contribuir mediante la divulgación científica a eliminar tópicos y estereotipos caducos, da publicidad a polémicas particulares que desvirtúan la realidad, la mayoría surgidas y propagadas en redes sociales.

Para la realización de este artículo he creado un corpus *ad hoc* con textos recientes de prensa digital española, tanto local, autonómica como nacional, publicados desde el 1 de enero de 2019 al 17 de mayo de 2021. En total han sido 167 textos: 115 sobre el andaluz, 46 sobre el canario y 6 que tratan ambas modalidades⁵. He etiquetado los textos temáticamente para poder aportar datos cuantitativos que demuestren qué aspectos y actitudes subraya la prensa con respecto a ambas modalidades. Finalmente los he sistematizado en cinco ítems:

1. Textos sobre juicios que desprestigian la modalidad.
2. Textos sobre la modalidad en los ámbitos formales de comunicación.
3. Textos que atacan a personajes públicos que usan la modalidad.
4. Textos que reivindican y valoran positivamente la modalidad.
5. Textos sobre divulgación lingüística sobre la modalidad.

Como en otros estudios previos (Guerrero Salazar, 2020a y 2020b), para este análisis me apoyo, por un lado, en el concepto de ideología lingüística (Del Valle, 2007; Schieffelin, Woolard et Kroskrity, 2012; Marimón y Santamaría, 2019; Guerrero Salazar y Marimón Llorca, 2020), que pone el acento en las implicaciones sociales y políticas que trae consigo el debate público sobre la lengua; por otro, en las propuestas metodológicas para el Análisis Crítico del Discurso de Van Dijk (2000a, 2000b, 2003, 2006, 2010a y 2010b), ya que los textos periodísticos que conforman nuestro corpus están condicionados ideológicamente, pues contribuyen a la difusión de ciertas actitudes sobre las modalidades andaluzas y canarias en relación con la norma lingüística dominante.

3. Breve actualización del estado de la cuestión

Los discursos metalingüísticos que se divulgan a través de los medios de comunicación desempeñan un papel relevante en la transmisión de conocimiento, valores y normas sobre la lengua en relación con sus contextos sociales e ideológicos concretos.

⁵ El corpus ha sido obtenido fundamentalmente de dos bases de datos correspondientes a los proyectos explicados en la nota 1: HEVILE (Hemeroteca Virtual de las Lenguas de España: <https://www.lenguayprensa.uma.es/archivo/>) y METAPRES (<http://metapres.es/corpus>). Este corpus continúa cronológicamente el corpus manejado en una investigación anterior (Guerrero Salazar 2020a), donde se analizan 387 textos de prensa digital de 2000 a 2019.

Cualquier tipo de persona (periodistas, autores de reconocido prestigio lingüístico, autoridades institucionales, docentes, políticos, artistas, legos y aficionados a la lengua...) puede opinar sobre cuestiones lingüísticas en periódicos, radios, televisiones, blogs o páginas especializadas, construyendo así comunidades discursivas que generan opinión y acaban construyendo distintos imaginarios sobre la lengua (Marimón Llorca y Santamaría Pérez, 2019; Guerrero Salazar y Marimón Llorca, 2020).

En este sentido, la prensa es una poderosa herramienta como divulgadora de ideologías lingüísticas, entre ellas las que conciernen a las actitudes, creencias y prejuicios sobre el valor de unas lenguas sobre otras o sobre sus diversas modalidades. Estudiar las actitudes, favorables o desfavorables, que se generan en este contexto supone una fuente de información importante para entender el estatus o el estigma hacia las distintas variedades del español.

Los medios de comunicación en general, y la prensa en particular, han contribuido históricamente a la construcción de la conciencia lingüística grupal, como señala Bastardín Candón (2020), quien ha estudiado las creencias y actitudes sobre las hablas andaluzas en la prensa de mediados del siglo XIX y ha mostrado la importancia que posee la prensa histórica en dicho estudio, pues contribuye a la comprensión más objetiva del ideario lingüístico colectivo actual (formado a lo largo de siglos) y permite valorar, matizar o refutar determinados tópicos y estereotipos repetidos hasta la saciedad.

De hecho, Méndez García de Paredes (1997, 2003, 2009, 2013, 2019) ha analizado las actitudes hacia el andaluz desde la Transición española hasta la actualidad y ha demostrado cómo la prensa reitera las mismas representaciones e ideas tanto cuando se trata de victimizar la modalidad, como cuando se trata de subrayar los tópicos de valoración positiva que se difundieron en los años 70 y 80 con la intención de legitimar el andaluz; todo ello, más que constatar una realidad, lo que consigue es «un estatuto de verdad presuntamente consensuada que pasa a integrarse en un imaginario colectivo construido a tal efecto» (2009: 219).

En los últimos años, autores como Rodríguez Illana (2017) y Rodríguez Iglesias (2015a, 2015b, 2016, 2017, 2019) han estudiado la modalidad andaluza en el contexto de los medios de comunicación desde la Sociolingüística Crítica y la perspectiva decolonial; sus trabajos se enmarcan en el análisis crítico del discurso, donde se abordan los conceptos de *inferiorización* y *decolonización*. Según Rodríguez Iglesias, quien sigue el marco teórico fanoniano, el capital simbólico discursivo de los andaluces supone la *zona del no-ser*, frente a la *zona del ser* del centro-norte peninsular. Esta zona del ser, la del grupo dominante, a partir de sobrevalorar sus propios capitales, desvaloriza los capitales simbólicos del grupo dominado.

No cabe duda de que, a través de los medios de comunicación y del cine, se ha proyectado una visión sobre el andaluz mucho más negativa que sobre el canario, de hecho, esta ha acabado por influir en la percepción que los propios andaluces tienen sobre sí mismos, pero, sobre todo, en la que tienen los no andaluces. Así ha ocurrido con personajes muy estereotipados de series míticas como *Aquí no hay quien viva*, *La que se avecina*, *Mis adorables vecinos*, *Ana y los 7*, *Médico de Familia*, *7 vidas*, etc. Y también con personajes de Disney como Timón y Pumba en *el Rey León* o Buzz Lightyear en *Toy Story 3*. Sin embargo, cada vez son más las series y películas exitosas donde el acento andaluz no se relaciona con un estereotipo negativo, como es el caso de *La Peste*⁶, que muestra el habla de Sevilla en el siglo XVI. Esta serie tuvo problemas en su estreno con la calidad del audio y muchos espectadores se quejaron porque no entendían el acento andaluz, lo que tuvo bastante repercusión mediática. Precisamente León Castro Gómez

⁶ Serie de Movistar+, creada por Alberto Rodríguez y Rafael Cobos.

(2019) ha analizado el debate generado y ha contrastado la repercusión en prensa con los comentarios en Twitter. En su estudio llega a la conclusión de que son los medios digitales los que han alimentado la polémica y han generado el malestar, ya que la mayoría de los tuits publicados defendían el uso del acento andaluz:

20/01/2018	¿Por qué molesta que se hable con acento andaluz en «La Peste»?	elconfidencial.com
24/01/2018	Manu Sánchez «La Peste de Madriluña»	cadenaser.com

Tanto los estudios sobre el uso de la modalidad andaluza en los medios de comunicación (Díaz Salgado, 2002; León Castro, 2016) como de la modalidad canaria (Morgenthaler, 2008; Ďaďová, 2017; Ortega Ojeda y García Rivero, 2020) han puesto de manifiesto lo escasamente representadas que están ambas modalidades en los contextos formales y cómo los profesionales de los medios tienden a renunciar a sus rasgos dialectales para adoptar los del modelo norteño. Las causas aducidas a por qué lo hacen son variadas: 1. la deslealtad debida al complejo de inferioridad; 2. la imposición del propio medio; 3. la apropiación de los rasgos del español general simplemente porque los sienten como suyos y los usan en situaciones comunicativas más abarcadoras, de tipo panhispánico (Méndez G.^a de Paredes, 2003; Guerrero Salazar, 2020b).

La renuncia a los rasgos dialectales por parte de los profesionales de la comunicación contradice los resultados de los estudios empíricos realizados en el siglo XXI tanto para el andaluz (Cestero Mancera y Paredes García, 2015 y 2018) como para el canario (Morgenthaler García, 2008, Hernández Cabrera y Samper Hernández, 2018), los cuales muestran un cambio de actitud en los hablantes, que valoran cada vez más positivamente su propia modalidad, por lo que parece que han superado el denominado «complejo de inferioridad».

En este sentido, la tesis de Pimentel Rivas (2016), que analiza la actitud de los andaluces en cuanto al empleo de su modalidad en los medios de comunicación audiovisuales, concluye que el andaluz despierta bastante apego lingüístico entre la juventud. Casi la mitad de quienes tienen entre 18 y 39 años consideran que el acento andaluz les produce bastante o mucha cercanía, mientras que este porcentaje se reduce drásticamente para mayores de 40 años. Más de un 36 % de la población general considera apropiado el uso del andaluz en todo tipo de programas de televisión (documentales, entretenimiento, informativos), aunque es la gente joven la que se muestra más a favor y, con independencia del nivel de estudios, apuesta por el andaluz como acento favorito.

El estudio de Fernández de Molina Ortés (2020) también demuestra que los espectadores no tienen actitudes negativas hacia el uso de las hablas andaluzas en televisión y valoran más positivamente a aquellos presentadores fieles a su variedad lingüística que a los que modifican su forma de hablar para adaptarse a la variedad centroseptentrional cuando intervienen en medios nacionales. Se observa, por tanto, una tendencia positiva hacia la conservación de variantes regionales independientemente del contexto en el que se encuentren los presentadores.

Sin embargo, las actitudes que se difunden a través de la prensa no son tan optimistas. Así lo advierten los resultados de los trabajos de Guerrero Salazar (2020a y 2020b), que analizan comparativamente las modalidades andaluzas y canarias. En Guerrero Salazar (2020a) se constata que el 82 % de las veces en que la modalidad andaluza es noticia lo es para hacer algún tipo de valoración sobre ella o sus hablantes. Son cinco los temas recurrentes que se convierten en noticia y que son objeto de valoraciones lingüísticas: 1. Es la modalidad peor valorada porque en la mente de los hablantes pesa sobre ella una estigmatización de español no correcto e ininteligible. 2. Está estrechamente relacionada con el estereotipo negativo que representa (inculto,

vulgar, vago, chistoso...) y que difunden los medios de comunicación. 3. Queda desterrada de los ámbitos formales porque no se siente apropiada y por ello se circunscribe a los espacios humorísticos y de entretenimiento. 4. Estigmatiza a los personajes públicos que la utilizan y es causa de descrédito, burla, insulto o parodia. 5. Quienes creen que el andaluz no es una modalidad del castellano, sino una lengua, proponen iniciativas de intervención y planificación desde posicionamientos más políticos e ideológicos que lingüísticos. De la muestra analizada por Guerrero Salazar (2020a) sobre la modalidad canaria destacan tres aspectos: 1. Es valorada positivamente en muchas más ocasiones (32 %) que la andaluza (13 %). 2. Apenas aparecen textos que la relacionen con un estereotipo negativo (1,4 %), como sí sucede con el andaluz (12 %). 3. No se registran textos que hagan referencia al descrédito de personajes públicos.

El segundo estudio de Guerrero Salazar (2020b) analiza un corpus de textos de prensa que trata específicamente sobre el andaluz y el canario en los medios de comunicación. El análisis revela que existen cinco temas comunes y recurrentes: 1. Sobre ambas modalidades pesa una estigmatización de español no correcto e ininteligible que se ve favorecida por el hecho de aparecer en formatos humorísticos y espacios de entretenimiento, y no tanto en las informaciones que requieren cierta formalidad, donde los propios periodistas tienden a ocultar sus rasgos dialectales. 2. El modelo de referencia que aportan los medios audiovisuales y radiofónicos sigue siendo mayoritariamente la variedad estándar del español centropeninsular o norteño. 3. El complejo de inferioridad histórico de andaluces y canarios justifica que disimulen su acento ante los medios de comunicación. 4. El papel de estos medios en cuanto al prestigio y desprestigio de las modalidades lingüísticas es determinante, por un lado, como plataforma desde la que proyectar un modelo de pronunciación meridional frente al modelo norteño; por otro, como canal para divulgar el conocimiento experto sobre las modalidades y competir con los tópicos negativos. 5. Se constata un cambio de actitud hacia ambas modalidades a medida que están más presentes en los medios de comunicación nacionales a través de locutores, artistas o políticos.

Así mismo, en Guerrero Salazar (2020b) se hace un recorrido por once libros de estilo publicados desde 1985 a 2017 y dirigidos a medios de comunicación audiovisuales y radiofónicos para ver cómo tratan las cuestiones ortológicas que afectan a las modalidades andaluzas y canarias. Lejos de lo que cabría esperar, estos manuales o no dicen nada, o dedican muy poco espacio a este tema, o son poco rigurosos; en general, se limitan a proscribir algunos vulgarismos en la pronunciación, el cambio de acentuación o determinadas curvas de entonación. No obstante, lo que incluyen sobre ortología ha ido cambiando, pues los libros de estilo actuales ya no proscriben el yeísmo o el seseo (como se hacía en los años noventa), y contemplan, en general, el respeto por la diversidad en la pronunciación.

En cuanto a los manuales que abordan concretamente las modalidades andaluzas y canarias, en 2019 solo existían, para las primeras, el manual de Canal Sur (Allas Llorente y Díaz Salgado, 2004) y, para las segundas, los trabajos de Hernández (2004 y 2009a). En una revisión de los libros de estilo publicados posteriormente, se constata que el manual de la radio de la Universidad de Sevilla, *Manual de estilo RadiUS* (Rojas Torrijos 2020: 36), apuesta claramente por la diversidad de acentos:

Si bien la pronunciación ha de ser pulcra, la locución debe ser natural en correspondencia con el acento y la manera de hablar de cada uno en su idioma.

Toda persona que colabore en RadiUS puede utilizar su acento, marca inexorable de su personalidad como hablante, y muestra de la riqueza de variedades que alberga la lengua española, pero teniendo en cuenta que el tipo de comunicación en el que participa es moderadamente formal y que RadiUS no limita su difusión a la ciudad de Sevilla.

El acento andaluz en ningún caso puede considerarse una incorrección lingüística. Nunca será necesario estandarizar el español hablado en cualquiera de sus acentos. Ni el ceceo ni el seseo serán penalizados en ningún momento. Sí lo será la falta de vocalización y la locución excesivamente veloz, que supere el fraseo normal del español hablado (unas 150 palabras por minuto).

El acento andaluz se puede entender perfectamente, lo que no se entiende es un español hablado muy rápido o sin uso correcto de todos los órganos fonadores.

Quien dice acento andaluz, dice acento extremeño, canario, gallego, catalán, ruso, inglés, latinoamericano...; la exigencia de vocalización es la misma independientemente de la procedencia de la persona encargada de la locución.

Por tanto, la diversidad de voces, entonaciones y acentos será una clara señal de identidad y de estilo de este proyecto periodístico de marcado carácter inclusivo. RadiUS es una radio plural, como plural es nuestra universidad. (p. 36)

Para concluir este breve estado de la cuestión, quiero destacar el trabajo de Ortega Ojeda y García Rivero (2020), que aborda la necesidad de una normalización del canario para combatir precisamente el «complejo de inferioridad» que se manifiesta, por ejemplo, en el «hibridismo impostado que exhiben muchos literatos canarios, en la deserción lingüística que se observa en no pocos titulares de la prensa local o el carácter artificioso por foráneo del estilo de ciertos eslóganes propagandísticos o de ciertas campañas publicitarias». En las reflexiones finales se relaciona la situación de Canarias con la de Andalucía y se aboga por la realización de libros de estilo que contemplen las cuestiones relativas a cada dialecto:

a) Aunque no seamos un país independiente, ni aspiremos a serlo, creemos que debemos disfrutar, en Canarias, en Andalucía y en otras muchas regiones españolas, de unos niveles de normalización lingüística muy superiores a los que tenemos. No somos partidarios de convertir en decretos de obligado cumplimiento o en algo por el estilo las recomendaciones consignadas. Consideramos, más bien, que habría de utilizarse la persuasión, acaso contando con el aval de instituciones como la Academia Canaria de la Lengua, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (en concreto, su sección de Ciencias de la Información) y los departamentos universitarios concernidos en este problema.

b) Todas estas indicaciones tal vez habría que incluirlas estratégicamente en un Libro o Guía de Estilo, en el que, junto a las cuestiones generales del idioma, se inserten las relativas al dialecto canario. Idéntico proceder habría de adoptarse para otras comunidades como la andaluza.

4. La modalidad andaluza en la prensa española

4.1. Juicios que desprestigian la modalidad andaluza

En este epígrafe se analizan 24 textos que versan sobre tres comentarios despectivos de personajes públicos sobre la modalidad andaluza que han generado una gran polémica y han sido muy mediáticos. En ellos se aprecia el papel fundamental de las redes sociales (sobre todo Twitter), que son los instrumentos que realmente sirven de altavoz e intensifican los debates, al mismo tiempo que retroalimentan los medios de comunicación.

En primer lugar, la polémica suscitada por el tuit de Jair Domínguez, colaborador del programa «Está pasando» (TV3, Cataluña):

11/05/2020	Un colaborador de TV3 ridiculiza al pintor sevillano Diego Velázquez para burlarse de su acento [...] «no puedo evitar pensar que Velázquez, genio de genios, precursor de todo e inventor del impresionismo doscientos años antes de tiempo, cuando hablaba como “ke paza illo ole ole ke arte mi arma”»	abc.es
------------	--	--------

Las otras dos polémicas versan sobre dos comentarios de Pablo Motos en el programa *El Hormiguero*. Un total de 14 textos se hacen eco de la pregunta que realizó al presentador Roberto Leal sobre el uso de su acento andaluz en el programa *Pasapalabra*. La prensa (local, autonómica, nacional, deportiva) subraya la indignación de los seguidores del programa en las redes sociales (sobre todo de los andaluces) y destacan la acertada respuesta del presentador y los apoyos que recibe Leal por parte de personalidades públicas que han salido al paso, como la escritora Lucía Etxebarria o la política andaluza Susana Díaz:

05/05/2020	Pablo Motos, a Roberto Leal: «¿Vas a suavizar o dejar el acento andaluz?»	laultimahora.es
05/05/2020	La pregunta de Pablo Motos a Roberto Leal sobre su acento andaluz que ha indignado a los espectadores de «El hormiguero»	elconfidencial.com
05/05/2020	El zasca de Roberto Leal a Pablo Motos reivindicando el acento andaluz	marca.com
05/05/2020	Pablo Motos, el cateto eres tú: por qué cuestionar el acento andaluz de Roberto Leal es clasicismo	elespañol.com
06/05/2020	La clase de lengua de Lucía Etxebarria sobre el acento andaluz que deja retratado a Pablo Motos	cope.es
06/05/2020	La socialista Susana Díaz, contundente contra Pablo Motos por su polémico comentario sobre el acento andaluz: «Basta ya»	elconfidencial.com

En 2021, un nuevo comentario de Pablo Motos sobre el acento andaluz vuelve a polemizar en las redes sociales. En uno de sus programas, donde asistieron Los Morancos y Manolo Sarriá, humoristas andaluces, Motos se dirige a este último para instarle a que hablase bien el castellano, omitiendo el acento andaluz y dejando de aspirar la «s» del final. Esto desata los comentarios en redes sociales, donde la política andaluza Teresa Rodríguez, a través de Twitter, defiende su acento y critica la postura «supremacista» del presentador:

14/01/2021	Pablo Motos repite su error y vuelve a meterse con el acento andaluz: «Habla en perfecto castellano»	elplural.com
16/01/2021	Teresa Rodríguez carga contra Pablo Motos: «A ver quién es el inculto ahora»	larazon.es

La polémica se aviva con la intervención de unos estudiantes de un colegio de Córdoba que realizan un vídeo respondiendo a Pablo Motos (finalmente el vídeo fue eliminado de Youtube). La noticia trasciende a la prensa nacional:

04/02/2021	Un colegio público responde a Pablo Motos por sus «prejuicios» con el acento andaluz	publico.es
5/02/2021	El profesor y promotor del vídeo viral sobre Pablo Motos y el andaluz: «Nuestro caballo de batalla es eliminar prejuicios»	eldiario.es
9/02/2021	A Pablo Motos le «crecen» las hormigas: el varapalo que le ha dado un colegio andaluz	elconfidencial.com
9/02/2021	Pablo Motos recibe una contundente estocada por una antigua polémica	show.com.es

Como hemos comprobado, se trata de tres comentarios particulares, dos de ellos producidos en un programa de gran audiencia, *El Hormiguero*, que lleva emitiéndose en Antena 3 desde 2006 y cuyo presentador se caracteriza por generar entrevistas que provocan polémicos debates en las redes sociales. La trascendencia y el debate que han generado distorsionan la realidad y magnifican la idea del rechazo general hacia el acento

andaluz, lo que no se corresponde con lo que han demostrado los trabajos empíricos sobre las actitudes lingüísticas hacia la modalidad.

4.2. La modalidad andaluza en los ámbitos formales de comunicación

Bajo este epígrafe se reúnen 36 textos que tienen que ver con cómo aparece representada la modalidad andaluza en los ámbitos formales de comunicación (series, anuncios, videojuegos...). Destacan los que critican el destierro de la modalidad o su uso inapropiado. Al igual que en el apartado anterior, sobresalen determinadas polémicas con gran repercusión en redes sociales, así, en 2019, la serie de Mediaset *Brigada Costa del Sol* fue muy criticada por no utilizar actores y actrices andaluces y hacer que dos actores barceloneses, un madrileño y una canaria hablaran con acento andaluz. La noticia se hizo eco en la prensa nacional:

07/5/2019	La monumental polémica por el acento andaluz de «Brigada Costa del Sol»	publico.es
07/5/2019	Críticas a «Brigada Costa del Sol» por el «forzado» acento andaluz de sus personajes [...] La gran mayoría de espectadores que comentaron en redes sociales el estreno de la serie cargaron duramente contra la representación del acento andaluz en sus tramas, ya que muchos lo catalogaron como «forzado» o incluso «ridículo». «No sería mejor contratar a actores andaluces en lugar de otros que fingen acento?», señaló una tuitera [...].	elperiodico.com
07/5/2019	El incómodo (e impostado) acento andaluz de «Brigada Costa del Sol» [...] Me pasé por Twitter, y vi que no era el único que opinaba así. Había gente que pedía que la serie se titulase. Que los personajes no fuesen andaluces, sino de otros puntos de España destinados a la Costa y que así hablasen de un modo más neutro. O directamente, que siguiesen el efecto de Fariña, que cogió a actores gallegos para una historia ambientada en Galicia.	elespanol.com

Un total de 23 textos versan sobre la polémica surgida en torno a un anuncio institucional con motivo del 28 de febrero, Día de Andalucía, que recibe múltiples críticas, entre otras razones, por utilizar el acento neutro:

16/02/2021	Polémica por el acento «neutro» del vídeo institucional de la Junta por el Día de Andalucía	20minutos.es
16/02/2021	Críticas entre políticos y en las redes por el «accento de Valladolid» de un vídeo institucional de Andalucía	elnortedecastilla.es
16/02/2021	La Junta lanza un spot para el 28F sin acento del sur ni banderas de Andalucía (y no es la primera vez)	eldiario.es

Rápidamente el tema se politiza y, según la línea ideológica del periódico, los titulares cargan las tintas hacia un partido u otro:

16/02/2021	PSOE-A critica el anuncio del 28F de la Junta «sin bandera ni acento andaluz» y lo vincula al «entreguismo» a Vox	europapress.es
16/02/2021	Críticas a Juanma Moreno por borrar el acento andaluz de un vídeo promocional para el 28F	moncloa.com
17/02/2021	El PSOE critica a la Junta por no poner «accento andaluz» en un spot que lleva sin acento desde Griñán	Okdiario.com

Como se constata en Guerrero Salazar (2019), el papel de las redes sociales en la actualidad da cabida a otras instancias discursivas, permitiendo la intervención de nuevos agentes, personas desconocidas que adquieren protagonismo en los titulares:

16/02/2021	Una tuitera cordobesa pone el acento andaluz que falta al anuncio del 28F de la Junta	diariocordoba.com
------------	---	-------------------

La prensa advierte de que cada vez hay más rechazo por parte de la población andaluza hacia el acento neutro, de hecho, son usuales las quejas en este sentido, como señala Antonio Manfredi, defensor de la Audiencia de la RTVA. Ante el descontento de un usuario porque en la televisión andaluza se habla un «supuesto castellano neutro» que demuestra «complejo» y denigra a Andalucía, el defensor le responde que los periodistas son libres para usar su acento en Canal Sur y nunca reciben instrucciones en ese sentido, pero que ha de tenerse en cuenta la presencia de periodistas de procedencia no andaluza y la emisión de programas no producidos en Andalucía:

24/01/2020	A vueltas con el acento andaluz de los periodistas de Canal Sur Con cierta frecuencia, este Defensor recibe mensajes de usuarios de toda nuestra Comunidad quejándose del acento de nuestros periodistas y presentadores, tanto en Televisión como en Radio. Lo que se pone de manifiesto es una diversidad clara de opciones y la libertad consecuente que se concede desde Canal Sur.	canalsur.es
------------	--	-------------

Destacan también 5 textos que centran el foco de atención en cómo el acento andaluz ha supuesto un obstáculo para triunfar en los medios de comunicación:

09/05/2020	La actriz andaluza que presume de sus siete idiomas ante las críticas de que el acento andaluz no se entiende Rocío Rubio se ha hecho viral con un vídeo sobre el confinamiento en el que imita a la perfección varios acentos y que pone en evidencia a los que señalan que el andaluz es «cateto» [...] «todavía el tener acento de Andalucía te encasilla para cierto tipo de papeles en el cine, el teatro o la televisión. Está cambiando pero muy poco a poco».	cope.es
28/02/2021	El Ideal Andaluz, según Manu Sánchez [...] «Soy defensor de todos los acentos, por supuesto del andaluz, sin renunciar a la identidad de cada uno y la diversidad de todos». Por el contrario, está en contra del acento neutro («para los PH y las piscinas») y también de que quieran neutralizarnos por nuestra forma de hablar pues «el acento andaluz nunca le ha abierto una puerta a nadie, jamás, nunca. Si cuando voy a vender un producto a Netflix delante mío tengo a un catalán, con su acento, sé que me voy a tener que explicarme el doble».	extradigital.es

Algunos titulares y subtítulos reproducen citas textuales sobre las críticas que han recibido determinadas personalidades por usar el acento andaluz, aunque este sea un tema menor dentro de la entrevista y aunque en ella también se señale que este aspecto está cambiando:

26/01/2019	Manuel Carrasco: «Muchas veces he recibido críticas por mi acento andaluz»	Lavozdeg Galicia.es
18/03/2021	India Martínez: «Me hicieron suavizar mi acento andaluz, pero me he plantado»	Elmundo.es

Tan solo 4 textos tratan positivamente sobre el uso de la modalidad andaluza en series de televisión o videojuegos:

23/06/2019	«Malaka», la serie que apostará por el verdadero acento malagueño	elespañol.com
11/09/2019	«Malaka» está perita y nos está enseñando malagueño	verne.elpais.com
24/02/2021	Lo interesante del fuerte acento de Félix Gómez en «La Caza. Tramuntana»	elespañol.com
01/03/2021	El exitoso videojuego «Tragabuche» marca su acento andaluz	diariodesevilla.es

4.3. Ataques a personajes públicos que usan la modalidad andaluza

Carriscondo Esquivel y El-Founti Zizaoui (2020) creen probado que ha existido y existe un discurso de odio hacia el andaluz tanto en la literatura como en los medios de comunicación. Siguiendo la misma línea, Domínguez Calvo (2020) subraya la instrumentalización política que se hace del acento cuando se convierte en excusa para denigrar al adversario. En estos casos la estrategia política se basa en atacar a la persona (argumento *ad hominem*) a través de su acento:

04/05/2020	La eurodiputada que reconoce que cuando habla castellano con acento andaluz la «tachan de inculta»	cope.es
10/06/2020	Polémica en el Congreso por el acento jiennense de uno de los diputados de la provincia	vivirjaen.com
21/01/2021	El PSOE-A se mofa del acento andaluz del consejero de Salud de la Junta	okdiario.com

Aunque este tipo de noticias son recurrentes y cada cierto tiempo son motivo de réplicas y contrarréplicas en los medios, en 2020 ha destacado la desatada en torno al acento de la ministra de Hacienda, la sevillana M.^a Jesús Montero. En total son 27 los textos de nuestro corpus que versan sobre este tema:

23/04/2020	Andalufobia: apuntar alto para golpear abajo	elsaltodiario.com
28/04/2020	¿Qué imagen ofrece María Jesús Montero? Un debate entre el acento andaluz, lo estafalarío y la experiencia	eleconomista.es

La polémica se aviva en redes sociales por un comentario de Pérez Reverte que fue entendido como un ataque hacia el acento andaluz, aunque, según él, la vulgaridad expresiva de la ministra no tiene nada que ver con su acento. Abundan los titulares declarativos que destacan las frases del académico que han sido objeto de debate:

22/04/2020	Acusan a Pérez-Reverte de meterse con el acento andaluz y este responde: «Solemnes idiotas Lo interesante del fuerte acento de Félix Gómez en «La Caza. Tramuntana»	cope.es
23/04/2020	Pérez-Reverte: «No confundan el acento andaluz de la ministra Montero con vulgaridad y bajonería expresiva Lo interesante del fuerte acento de Félix Gómez en «La Caza. Tramuntana»	ser.es
30/04/2020	Pérez-Reverte zanja sus críticas a Montero: «El andaluz NO es vulgar, hay personas que sí Lo interesante del fuerte acento de Félix Gómez en «La Caza. Tramuntana»	cope.es

Tal es la magnitud de la polémica que, además de la defensa de su acento que hace la propia ministra, una serie de intelectuales firman un Manifiesto en Defensa del Andaluz:

27/04/2020	Montero: «Mi acento expresa la riqueza de nuestra tierra Lo interesante del fuerte acento de Félix Gómez en «La Caza. Tramuntana»»	ser.es
------------	--	--------

27/05/2020	El prejuicio que no cesa (contra el andaluz) El último ataque contra la ministra sevillana María Jesús Montero por expresarse en el habla natural del sur ha despertado el hartazgo de académicos e intelectuales andaluces en un manifiesto que exige poner fin a los «estereotipos ideológicos» y reivindica respeto para la identidad cultural de Andalucía.	publico.es
------------	--	------------

Unos meses más tarde la polémica se reaviva debido a una columna del periodista Jorge Bustos, quien pone mote a la ministra («Marijau») y al dialecto que, según él, habla («el monterés»):

12/11/2020	«Marijau» Montero habla con lengua de serpiente Hasta la irrupción de María Jesús Montero en la escena política, todos pensábamos que el euskera era la única lengua no indoeuropea que se hablaba en España. Hoy sabemos que a nuestro ya complicado mapa idiomático debemos añadir una nueva riqueza: el monterés.	elmundo.es
------------	---	------------

El enfado que provoca la columna y los textos de contrarréplica que se generan en defensa del acento de la ministra no se hicieron esperar:

12/11/2020	Machacan a Jorge Bustos por meterse con el acento andaluz de María Jesús Montero	esdiario.com
------------	--	--------------

Llama la atención la cobertura del periódico elplural.com, que lleva a titulares declarativos las frases en apoyo de la ministra, tanto por parte de la Asociación Andaluza de la Lengua⁷, como de algunos políticos en Twitter («Botarate a babor») o en el propio parlamento («Frente a los cavernícolas, viva el acento andaluz»), donde también ella misma hace una defensa del acento andaluz:

12/11/2020	Defensores del andaluz, contra Jorge Bustos: «El problema es que una mujer andaluza no esté haciendo de chacha» La Asociación Andaluza de la Lengua carga contra el periodista de El Mundo por sus prejuicios	elplural.com
12/11/2020	Periodistas y políticos critican a Jorge Bustos por su ataque al acento andaluz: «Botarate a babor»	elplural.com
12/11/2020	Rufián y Echenique defienden a Montero de los ataques de Jorge Bustos: «Frente a los cavernícolas, viva el acento andaluz»	elplural.com
14/12/2020	María Jesús Montero planta cara al PP y defiende su acento: «Dejen de utilizar el andaluz para desprestigiar a Andalucía»	elplural.com

Este mismo periódico se hace eco de un comentario despectivo de Jiménez Losantos (quien llama «Gargajesús» a la ministra) y le devuelve el insulto en una columna en la que se parodia la forma de hablar del periodista, quien padece de frenillo lingual («la burla de Fededico»):

12/11/2020	Losantos también intenta humillar a María Jesús Montero por su acento y le pone este mote [...]«Ayer doña Gargajesús Montero, porque hace gárgaras. No es una lengua indoeuropea, son gárgaras típicas. En la radio hay que hacerlas con resorborina, que es un suavizante de la garganta antiséptico que te limpia un poco la garganta». Y ha añadido: «Su educación bucal se quedó en las gárgaras».	elplural.com
14/11/2020	La burla de Fededico	elplural.com

⁷ Esta Asociación es defensora de la creación de una Academia de la Lengua Andaluza (Guerrero Salazar 2020a: 119-123).

Por último, destaca la polémica surgida en torno a la imitación que hizo el humorista Carlos Latre del acento de la ministra en el programa de *El Hormiguero*, que, como hemos comentado anteriormente, ya ha sido cuestionado en otras ocasiones por los comentarios de su presentador en torno al acento andaluz. Aunque el humorista trata de justificar que es simplemente una más de sus imitaciones, sin ningún tipo de connotación política, Podemos Andalucía entiende que se ha producido un agravio hacia la lengua andaluza, a lo que Vox responde mediante una descalificación («algunos orates»):

02/12/2020	Carlos Latre, rotundo ante las críticas por su imitación a Montero: «Imito exactamente la forma de hablar de esta señora»	elconfidencial.com
03/12/2020	Vox Andalucía: «Algunos orates defienden que el acento andaluz convierte este habla en una lengua propia»	okdiario.com
04/12/2020	Pablo Motos vuelve a ridiculizar el acento andaluz	laultimahora.es
07/12/2020	La polémica imitación de la ministra Montero que obliga a Latre a dar explicaciones	Elespañol.com

4.4. Valoración positiva y reivindicación de la modalidad andaluza

Como hemos visto en los apartados anteriores, cada vez que se produce un agravio hacia la modalidad andaluza surgen textos de réplica que basan parte de su argumentación en defenderse del ataque haciendo valoraciones positivas de la modalidad y reivindicando su uso. Sin embargo, este apartado se centra en los textos que no son respuestas a un ataque, sino que valoran la modalidad por iniciativas personales o institucionales. En este sentido, Manu Sánchez se ha caracterizado por llevar a gala el acento andaluz y promocionarlo a través del humor, de las intervenciones en los medios y de su labor como columnista⁸; el cantante Manuel Carrasco lo hace a través de su música:

20/1/2020	«¿Cómo va a ser inculta la tierra de Picasso, Aleixandre, Velázquez?»: el cómico Manu Sánchez reivindica el acento andaluz	verne.elpais.com
21/1/2020	El aplaudido discurso de Manu Sánchez defendiendo el acento andaluz: «El problema no son los orígenes sino la pasta»	elideal.es
01/03/2021	Manuel Carrasco lanza un grito en defensa de sus raíces: «Mi acento es mi ADN»	diariodehuelva.es

En general, en torno al día de Andalucía es usual dar a conocer campañas que promocionan esta variedad lingüística, como «Habla tu andaluz» (un proyecto de Alejandro Cordero, diseñador gráfico onubense que, con la ayuda de la periodista y fotógrafa Piedad Bejarano, reivindica el uso sin complejos de las hablas andaluzas) o la *Huelvapedía* (una enciclopedia de expresiones, palabras y refranes de Huelva que es toda una referencia en redes sociales):

17/2/2020	«No ni ná»: una campaña que reivindica el uso sin complejos de las «hablas andaluzas» «Habla tu andaluz», que surgió de un trabajo final de estudios, reivindica una labor divulgativa de las instituciones para que los andaluces no asimilen que «hablan mal»	eldiario.es
28/02/2021	El acento andaluz como anclaje a una tierra: así es «Huelvapedía»	diariodehuelva.es

⁸ El humorista, licenciado en periodismo, posee un libro donde se recopilan algunas de las columnas publicadas en la Cadena Ser, uno de cuyos apartados se denomina «Perfecto andaluz» (Sánchez, 2017).

De gran repercusión a nivel nacional ha sido el anuncio hecho mediante *deepfake* con Lola Flores como protagonista y que ha sido *trending topic* en Twitter el día en que la folclórica cumpliría 98 años. El spot se ha llevado a cabo para promocionar la campaña *Con Mucho Acento* [...] que comienza con una pregunta «¿Tú sabes por qué a mí se me entendió en todo el mundo? Por el acento». Se trata de un anuncio, basado en estrategias emocionales, que valora la modalidad andaluza muy positivamente, por lo que ha sido muy aplaudido en redes y muy bien recibido en la prensa. Define así el acento: «Acento es que se te vean las costuras y los dobladillos, que se te escuche hasta el hipo. Da igual si eres de la Conchinchina o de la Línea de la Concepción [...], manosea tus raíces, que de ahí siempre salen cosas buenas». La prensa local, nacional y autonómica se ha hecho eco de la cuña publicitaria:

21/01/2021	Lola Flores resucita para acallar las críticas sobre el acento andaluz	huffingtonpost.es
21/01/2021	La nueva campaña de Cruzcampo pone en valor el acento andaluz de la mano de Lola Flores	diariodeevilla.es
23/01/2021	Acento andaluz Con el anuncio sobre el habla, Lola Flores empodera, Cruzcampo lidera y Andalucía gana	diariodecadiz.es
24/01/2021	La «resurrección» de Lola Flores que ha emocionado incluso a quienes odian la Cruzcampo	elespañol.es

No obstante, el anuncio también ha recibido sus críticas. La proposición no de ley tramitada por Unidas Podemos para combatir la glotofobia reprueba que reivindique un «único acento dentro de las hablas andaluzas» y que subraye los rasgos no lingüísticos que inciden en los tópicos «como el brío, la pasión o la alegría de vivir» ([abc.es](https://www.abc.es), 17/05/21). Algo similar se juzga en este texto:

25/01/2021	Hablar andaluz No existe eso que llaman acento andaluz porque los de Granada no hablan igual que los de Sevilla y en Cádiz se sesea [...] Con Lola Flores se ha descubierto el acento por obra y gracia de la cerveza de los sevillanos, la Cruzcampo, cuando todo lo que tiene ese anuncio es falso: ni Lola Flores hablaba de esa manera ni pensaba así, lo que no quita el éxito comercial del anuncio. Va a resultar que La Faraona sabía más dialectología que Manuel Alvar.	diariodecadiz.es
------------	---	---

En 2021, en torno al día de Andalucía, la prensa se hace eco de los vídeos que promocionan lo andaluz, incluido el acento, tanto por parte de empresas privadas como de la Junta de Andalucía. Destaca un vídeo que se convierte en viral, precisamente del humorista Manu Sánchez imitando el vídeo de Lola Flores:

28/02/2021	La reivindicación del acento andaluz El vídeo viral de Manu Sánchez imitando a Lola Flores por el Día de Andalucía El humorista sevillano ha puesto en valor el acento andaluz en el día de su comunidad	elperiodico.com
01/03/2021	Manu Sánchez reivindica el andaluz este 28F: «Lucha por tu acento, háblalo»	lavozdelsur.es
24/02/2021	Illo, jartá, noniná... El Jamón recupera el léxico más andaluz en su homenaje al 28F La cadena de supermercados publica un vídeo para conmemorar el Día de Andalucía donde se pone de relieve la expresividad del habla del sur	sevilla.abc.es
24/02/2021	Un rap con acento andaluz para celebrar el 28-F La Junta difunde un nuevo vídeo institucional con rap, flamenco e imágenes grabadas íntegramente en la comunidad	sevilla.abc.es

4.5. La divulgación lingüística sobre la modalidad andaluza

En prensa, la divulgación lingüística sobre la modalidad andaluza por parte de especialistas o instituciones acreditadas es bastante escasa. En el corpus se registran tres textos, dos del profesor Ígor Rodríguez, donde expone los planteamientos de su tesis doctoral (Rodríguez Iglesias 2019), un estudio sobre el andaluz desde la Sociolingüística Crítica y la perspectiva decolonial, que ha recibido el Premio Tesis Doctoral de Andalucía 2019. El tercer texto da cuenta de algunas conclusiones de un estudio demoscópico realizado por la Fundación Centro de Estudios Andaluces, realizado con motivo de la conmemoración del Día de Andalucía y que concluye que «la mayoría de los andaluces (91,1 %) se identifica con su acento y ante las críticas que este pueda recibir, una mayoría del 38,6 % muestra sentimiento de enfado; el 30,4, de indiferencia; y al 12,5 % le provoca orgullo»:

06/05/2020	La vulgaridad lingüística revisitada	Eldiario.es
02/07/2020	Ígor Rodríguez-Iglesias: «La desvalorización del andaluz es racismo lingüístico» [entrevista]	lavozdelsur.es
28/02/2021	Los andaluces están orgullosos de sus símbolos y se enfadan cuando se critica su acento	Lavanguardia.com

La divulgación lingüística a través de los medios de comunicación no está siendo exitosa en el caso del andaluz. Un caso claro es el documental televisivo *Tesis: Habla andaluza*, proyecto que no ha conseguido su propósito divulgativo si atendemos a la cantidad de comentarios negativos publicados en YouTube (Simović, 2013).

5. La modalidad canaria en la prensa española

5.1. Juicios que desprestigian la modalidad canaria

El 15 % de los textos recopilados sobre la modalidad canaria tiene que ver con juicios de valor que la desprestigian y que han tenido gran repercusión en redes sociales. Cinco noticias versan sobre el comentario del colaborador del programa satírico *Està Passant* de la televisión pública catalana TV3, Magí «Modgi», quien comparó el lenguaje de Twitter con «la forma más despreciable de comunicación aparte del castellano con acento de Canarias». Dos de estas noticias son de diarios nacionales. Salvo el titular de Canarias 7, que usa el verbo *calificar*, los demás titulares emplean los verbos evaluativos *mofarse* o *burlarse*. Los titulares se refieren al sujeto de la afrenta como «un colaborador de TV3», sin embargo, el más claramente ideológico lo llama «payaso» y establece un marcado eje entre el exogrupo que ofende y el endogrupo ofendido, en el que el periodista se incluye como parte implicada mediante la expresión «nuestro habla» [sic]:

6/3/2019	Un colaborador de TV3 califica el acento canario como la «forma más despreciable de comunicación»	canarias7.es
6/3/2019	Un colaborador de TV3 se mofa del acento canario: «Es la forma más despreciable de comunicación»	ecoteuve.economista.es
6/3/2019	Un payaso de la TV catalana se burla del acento canario: «Despreciable y vil» Magí «Modgi», colaborador de esta cadena, compara nuestro habla con el lenguaje que se utiliza en Twitter	tiempodecanarias.com

La segunda polémica parte de una tuitera desconocida que ha manifestado en redes su repulsa hacia el acento canario, lo que ha generado toda una serie de críticas. Solo la prensa canaria se hace eco de esta noticia y de sus réplicas:

19/7/2019	«El acento canario me da tol ascazo»: No te pierdas la respuesta de Aarón Gómez a esta twitera	elespanol.com
21/7/2019	Aarón Gómez responde a la twitera a la que el acento canario le da «tol ascazo»	eldia.es

5.2. La modalidad canaria en los ámbitos formales de comunicación

Un grupo de cuatro textos se cierne sobre Ana Guerra, una cantante canaria que triunfó en el programa televisivo *Operación Triunfo* y que en 2017 fue noticia por la repercusión mediática que tuvo un comentario que hizo en la academia sobre lo *feo* que le resultaba su acento y sobre que le encantaría «hablar castellano» (Guerrero Salazar, 2020a: 127-128). Dos años más tarde, un artículo recurre al tema para dar cuenta de cómo intenta ocultar su acento en los ámbitos formales, aunque con poco éxito:

2/1/2019	La inseguridad lingüística de Ana Guerra [...] Algunos usuarios han reaccionado en estos vídeos donde se aprecia el cambio en la artista. Comentarios como: «¿Qué le ha pasado al acento de Ana?» o «¿Por qué Ana Guerra habla tan raro?». Los fans de la cantante la defendieron argumentando que ha perdido el acento canario por llevar mucho tiempo en la Península. [...] Ana Guerra se equivoca abandonando su variedad canaria como si fuera un vestido que ponerse y quitarse según la ocasión. La lengua también es marketing, también conforma la marca personal. Por eso, se hace un flaco favor a sí misma. Confunde lo canario con lo incorrecto, la norma castellana con el prestigio, el lenguaje con un complemento secundario. Lo que transmite es impostura y sobreactuación.	periodismo.ull.es
----------	---	-------------------

Unos meses después la prensa trae a colación otra polémica en torno a Ana Guerra y se hace eco de las críticas recibidas en redes sociales por haber ocultado su acento en una entrevista en el programa *El hormiguero*. Los hablantes canarios se sienten ofendidos porque interpretan como deslealtad lingüística que la cantante «esconda» su modalidad. La noticia trasciende a la prensa nacional:

18/9/2019	Ana Guerra, criticada (de nuevo) por «esconder» su acento canario en «El hormiguero»	20 minutos.es
-----------	--	---------------

Cuatro textos de la prensa canaria muestran otra polémica en redes, esta vez por la ocultación del acento canario en un vídeo publicado por el gobierno insular con motivo del Día de Canarias. Lo interesante es que la presión social que han ejercido los hablantes canarios ha obligado a cambiar el vídeo:

24/5/2020	Las redes critican el acento del vídeo del Gobierno de Canarias El gobierno autonómico borra y sube un vídeo nuevo tras las críticas de los usuarios en redes sociales por neutralizar el acento isleño	laprovincia.es
25/5/2020	Hablas mal Las noticias traen un eco que resuena en las redes: el vídeo promocional del Gobierno canario, con motivo de la celebración el 30 de mayo, cambia la locución por las protestas generadas en internet acerca del acento	alegando.com

	foráneo que presentaba la primera versión. Una buena noticia que tiene que ver con el entendimiento de la necesidad de conectar con la forma de expresarnos, habitualmente percibida como inferior a otras habitualmente elevadas a correctas, envueltas en una especie de dignidad lingüística auto-conferida y admitida por una amplia mayoría de los isleños, que parece, se va reduciendo.	
--	--	--

Así mismo, en la prensa canaria se constata como tema recurrente la traba que supone el acento canario para triunfar en la industria audiovisual española:

27/10/2020	A vueltas con el habla [...] Parece estar claro que buena parte del mundillo de la interpretación dramática en España sigue siendo víctima de la centralización más reduccionista y limitadora. Que discriminen actores y actrices por no tener el habla castellana central (porque se trata de eso, de una flagrante discriminación) sin darles siquiera oportunidad a demostrar su ductilidad en la interpretación de acentos diversos, me suena al lóbrego Santiago y cierra España. Además de que denota que los intérpretes castellanos por lo visto no tienen que aprender otras hablas, ellos ya hablan «bien» al parecer.	tamaimos.com
------------	--	--------------

Frente a los textos que critican la ausencia del acento canario en la industria audiovisual española, destacan ocho textos que se centran en la serie de Movistar+ denominada *Hierro*, como la isla en la que se ha rodado. Los textos (tres de los cuales son de ámbito nacional) destacan lo positivo que resulta que se haya optado por actores y actrices canarios que usan de manera espontánea su modalidad. Cuatro de los titulares son declarativos, esto es, han escogido palabras textuales de los actores canarios que manifiestan su satisfacción por poder actuar sin modificar su acento, lo que hasta hace poco les resultaba imposible. Las noticias incluyen además las opiniones y experiencias personales de los actores que critican que se les obligue a utilizar un español neutro cuando actúan en otras series:

27/6/2019	«Hay que reivindicar el acento canario, tenemos un acento muy bonito» [...] Esta serie es muy importante para los canarios, fundamentalmente para los actores y actrices que han visto cómo su acento no se llega a aceptar dentro de la industria. Ahora, con esta serie, parece que se ha dado un gran paso hacia adelante en ese sentido y podemos asegurar que el resultado es espectacular. [...] «Hay que reivindicar el acento canario, como se ven series con acentos andaluces o gallegos y que no pasa nada, pero no sé qué pasa con el acento canario. Espero que esto sea un escaparate para enseñar que hablamos muy bien (risas), que tenemos un acento muy bonito y que se nos entiende perfectamente».	atlanticohoy.com
3/7/2019	«Es un gusto actuar con el acento canario» [Cristóbal Pinto] [...] Uno de los puntos importantes de la serie es la gran cantidad de personajes canarios en la misma, algo que valora Cristóbal que reconoce que apenas ha podido trabajar con su acento canario a lo largo de su carrera profesional.	atlanticohoy.com
8/2/2021	«El acento no significa ni más ni menos; lo que de verdad importa es el mensaje» Ya era hora de que se aceptara el acento canario. «Desde la voz de la experiencia, creo que falta todavía mucho camino para que a los actores canarios se nos acepte. A la hora de dar oportunidades seguimos estando algo apartados y obligados a pasar por el aro en cuanto al acento se refiere. Un acento no significa ni más ni menos; lo que importa es el mensaje, la forma de decirlo». [cita de Saulo Trujillo]	eldia.es

La serie ha servido de excusa para que surjan artículos de opinión que denuncian la invisibilidad de la modalidad canaria en los medios audiovisuales. En algunos de ellos se establece la comparación con la andaluza; si esta aparece mal representada en los medios audiovisuales generalistas, la canaria ni siquiera existe:

15/7/2019	El tratamiento de la canariedad en «Hierro» [...] Como canaria, instantáneamente el miedo me corrió por las venas. ¿Cómo sería el tratamiento del acento canario?, ¿con estereotipos y lugares comunes?, ¿apareceríamos como seres aplatanados y desganados?, ¿se obligaría a actores y actrices de la península a imitar nuestra forma de hablar? Ciertamente partía de una premisa enormemente negativa. No me culpen por mis prejuicios, ya tenemos pruebas con las polémicas por el tratamiento de los acentos de Andalucía en series generalistas, entre las últimas Brigada Costa del Sol (Telecinco), o en las privadas La Peste (Movistar+). [...] Y si la población andaluza se queja (y con razón) de la visibilidad de su idiosincrasia en los medios audiovisuales, la canaria es que ni existe. Somos ocho piedras volcánicas en un océano lejano, un territorio de ultramar, los olvidados. Sin embargo, Hierro destruyó todos mis temores rápidamente.	tvspoileralert.com
-----------	---	--------------------

No obstante, la apuesta por la modalidad de la serie *Hierro* junto con el salto de algunos presentadores canarios a la televisión nacional son una muestra de que el rechazo hacia la diversidad de acentos empieza a cambiar a nivel estatal:

10/11/2019	«Está guay poder presentar en mi acento sin recurrir al canario neutro» Aarón Gómez ha saltado a la televisión nacional como presentador de <i>Esto no es una serie</i> , un formato que aprovecha su versatilidad y en el que -para satisfacción de sus paisanos- se le puede ver hablando habitualmente de las Islas con un abierto acento canario.	eldia.es
------------	--	----------

5.3. Ataques a personajes públicos que usan la modalidad canaria

A diferencia de lo que sucede con el andaluz, la modalidad canaria rara vez es noticia porque se convierta en sí misma en un ataque *ad hominem*. En el corpus analizado tan solo se recoge una polémica acerca de una plataforma de Facebook en la que se critica el acento canario de Yahel, un niño tinerfeño que se dio a conocer en un anuncio de televisión. Los canarios se indignan no solo por lo que consideran un ataque a su modalidad sino también por atentar contra la integridad de un menor:

7/2/2019	Se burlan en Internet del acento canario del niño del anuncio Una plataforma de una red social le sugiere que reciba clases de logopedia tiene miles de seguidores.	antena3canarias.com
----------	--	---------------------

5.4. Valoración positiva de la modalidad canaria

Tres son los textos sobre iniciativas personales o institucionales, publicados en medios de comunicación canarios, que inciden en los aspectos positivos de la modalidad, en su proyección internacional y en cómo es elogiada por el exogrupo.

7/2/2019	El acento canario triunfa Una encuesta de un portal de viajes precisa que el canario es el más sexy de toda España.	antena3canarias.com
30/05/2019	Vídeo: El acento canario se oye en las grandes capitales mundiales	rtvc.es
14 /04/2021	Canarias y Andalucía se enfrentan en una curiosa batalla en Twitter Una usuaria de la red social del «pajarito» lanza una encuesta en la que pregunta a la comunidad qué acento considera más «top»: el andaluz o el canario	laprovincia.es

5.5. La divulgación lingüística sobre la modalidad canaria

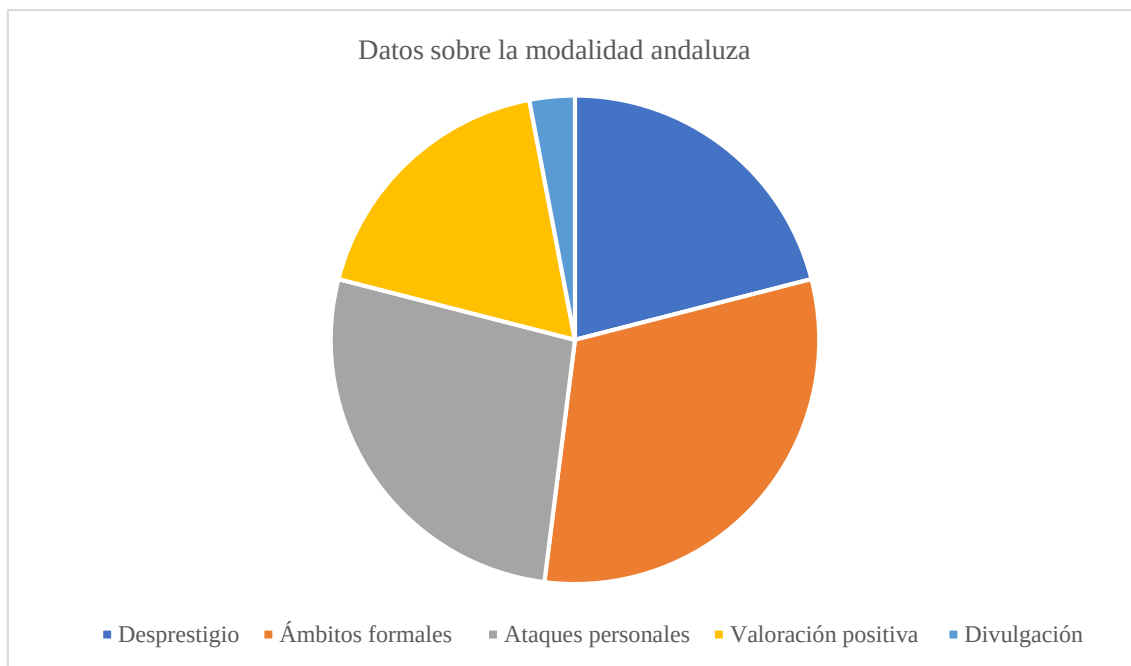
En nuestro corpus hay 16 textos, todos de prensa canaria, sobre divulgación lingüística experta acerca de la modalidad canaria, lo que supone el 35 % del total. En ellos adquiere un gran protagonismo la Academia Canaria de la Lengua, así como algunos de sus miembros, entre ellos el profesor Ortega Ojeda o el actual presidente, Humberto Hernández. Este viene realizando una encomiable labor divulgadora a través del columnismo lingüístico (como ha estudiado Cueto Zayas, 2020); parte de sus columnas fueron recopiladas hace unos años en una monografía (Hernández, 2009b). En estos textos, además de noticias sobre actos institucionales, destacan las columnas de opinión que tratan de desmontar prejuicios y aclarar conceptos básicos en torno a las lenguas y sus dialectos:

25/03/2019	Cuestión de academias (La Academia Canaria de la Lengua en su vigésimo aniversario)	eldia.es
30/12/2019	20 años preservando el habla canaria	canarias7.es
05/03/2020	La Academia Canaria de la Lengua, la Fundación Fundéu y la Asociación de la Prensa de Tenerife preparan convenio para acciones de interés recíproco	eldiario.es
24/01/2021	Humberto Hernández: «Estamos interferidos por la modalidad castellana del español»	eldia.es
29/03/2021	La dignidad de los dialectos	eldia.es
10/04/2021	Sobre el español de Canarias: un decálogo	eldia.es
24/04/2021	La Academia Canaria de la Lengua insta a los isleños a «no renegar» de las peculiaridades del habla en el Archipiélago	eldiario.es
17/05/2021	Mi dialecto materno	eldia.es

6. Resultados cuantitativos

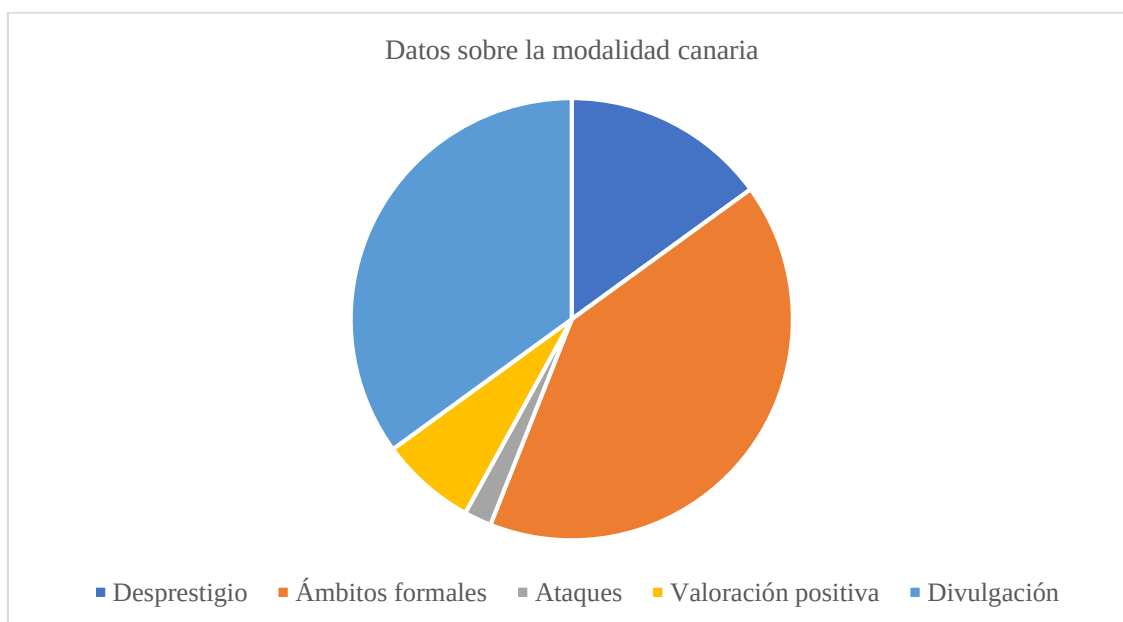
De los textos periodísticos analizados sobre la modalidad andaluza (115) se obtienen los siguientes datos:

1. el 21 % trata sobre el desprestigio de la modalidad;
2. el 31 % sobre la modalidad en los ámbitos formales de comunicación;
3. el 27 % son polémicas sobre ataques personales;
4. el 18 % valoran positivamente la modalidad;
5. el 3 % son sobre divulgación lingüística realizada por especialistas.



De los textos periodísticos analizados sobre la modalidad canaria (46) se obtienen los siguientes datos:

1. el 15 % trata sobre el desprestigio de la modalidad;
2. el 41 % sobre la modalidad en los ámbitos formales de comunicación;
3. el 2 % son polémicas sobre ataques personales;
4. el 7 % valoran positivamente la modalidad;
5. el 35 % son sobre divulgación lingüística realizada por especialistas.



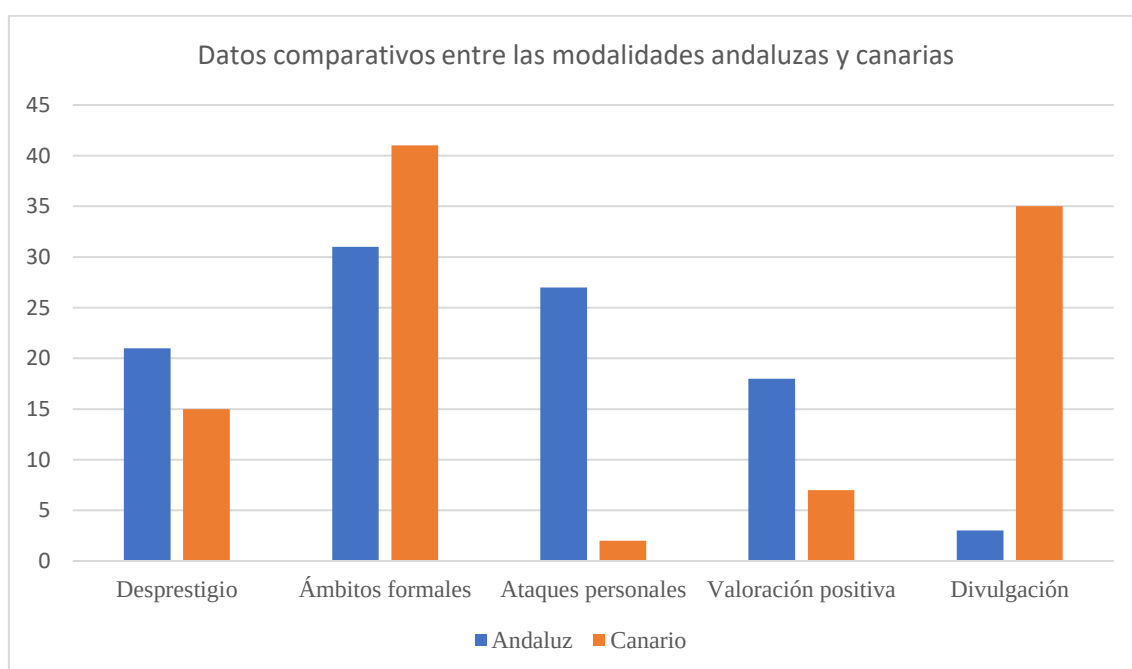
7. Conclusiones

El presente trabajo confirma (siguiendo el análisis emprendido en Guerrero Salazar 2020a y 2020b) que cuantitativamente son más los textos aparecidos en prensa sobre el

andaluz que sobre el canario y que los primeros aparecen con más facilidad en la prensa nacional que los que versan sobre la modalidad canaria; estos son fundamentalmente de ámbito local y solo trascienden cuando tratan sobre polémicas puntuales de desagravio.

La mayor proyección de los textos sobre el andaluz tiene que ver con que son mayores las polémicas y los desagravios públicos que sufre esta modalidad si la comparamos con la canaria (21 % frente a 15 %). Además, cada cierto tiempo, de modo recurrente, el acento andaluz se convierte en noticia por los ataques *ad hominem*, sobre todo en el ámbito de la política (27 %), lo que no suele suceder con la modalidad canaria.

Así mismo, en el caso del andaluz se advierte una escasa divulgación lingüística a través de la prensa autonómica por parte de instituciones y personalidades expertas (3 %), lo que contrasta con la prensa canaria (35 %), que da voz con cierta frecuencia, sobre todo a través de la Academia Canaria de la Lengua, a profesores expertos que ejercen una labor divulgativa por medio de la cual enseñan cuestiones lingüísticas, ponen en valor la propia modalidad y combaten prejuicios heredados. No obstante, esta labor divulgativa no trasciende a la prensa nacional, mientras que sí lo hacen los comentarios particulares de descrédito.



Hay aspectos comunes para ambas modalidades, como la crítica a la deslealtad de los personajes públicos (actores, cantantes, presentadores...) que cambian su forma de hablar cuando se exponen en los medios (lo que se interpreta como inseguridad lingüística o complejo de inferioridad). También son comunes los testimonios que expresan que el uso de ambas modalidades resulta un problema para triunfar en los ámbitos formales de comunicación a nivel estatal. No obstante, se advierte que este hecho está cambiando debido a quienes logran trabajar en los medios nacionales y, sobre todo, al éxito de series de ficción que han apostado por los acentos locales.

Por todo ello, el análisis realizado muestra que la prensa contribuye a la glotofobia precisamente por el efecto perlocutivo de los textos periodísticos que tienen que ver con los polémicos comentarios de desprestigio hacia las modalidades o con el descrédito de los personajes públicos que la utilizan. Abundan los titulares tendenciosos, muy politizados ideológicamente, que destacan nombres de personalidades relevantes, marcan los insultos más llamativos o reproducen las citas que denigran o las que testimonian las

agresiones recibidas. Estos textos hacen presente una polarización ideológica entre agredidos (andaluces y canarios) y agresores (normalmente, aunque no siempre, los no andaluces y los no canarios), reiterando y difundiendo estereotipos y prejuicios históricos heredados, que contradicen, en muchos casos, las actitudes reales de la mayoría de los hablantes, que, según los estudios empíricos, valoran positivamente ambos acentos. La prensa sirve en estos casos de instrumento que no solo difunde, sino que también magnifica las polémicas surgidas en redes sociales (sobre todo en Twitter).

Para concluir es necesario recordar que la identidad lingüística se educa en las escuelas, pero que se propaga también a través de los medios de comunicación. Si la prensa dedica poco espacio a la divulgación científica y prefiere dar pábulo a las polémicas particulares, contribuye a fijar los tópicos heredados que aún están presentes en el imaginario colectivo, obstaculizando así el cambio en la percepción social sobre la riqueza que supone la diversidad de las modalidades lingüísticas que conforman nuestra lengua, la española.

8. Bibliografía

- ALLAS LLORENTE, José María y Luis Carlos DÍAZ SALGADO (coords.) (2004): *Libro de estilo de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*, Sevilla: Canal Sur.
- BASTARDÍN CANDÓN, Teresa (2020): «Creencias y actitudes lingüísticas sobre las hablas andaluzas en la prensa de mediados del siglo XIX», *Boletín de Filología* 55 (2), 285-310. URL: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-93032020000200285>
- CARRISCONDO ESQUIVEL, Francisco M. y Amina EL-FOUNTI ZIZAOUI (2020): «Dos calas en el discurso del odio al andaluz, de la tradición libresca a la prensa digital», *Doxa Comunicación* 31, 251-264. URL: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n31a12>
- CESTERO MANCERA, Ana M.^a y Florentino PAREDES GARCÍA (2015): «Creencias y actitudes hacia las variedades normativas del español actual: primeros resultados del Proyecto PRECAVES-XXI», *Spanish in Context* 12 (2), 255-279. URL: <https://doi.org/10.1075/sic.12.2.04ces>
- CESTERO MANCERA, Ana M.^a y Florentino PAREDES GARCÍA (2018): «Creencias y actitudes hacia las variedades cultas del español actual: el Proyecto PRECAVES XXI», *Boletín de Filología* 53 (2) 11-43. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6772176>
- CUETO ZAYAS, Dolores (2020): «Las columnas lingüísticas de Humberto Hernández», en R. Cremades (coord.), *De la Hemeroteca al aula: el uso de la prensa en educación lingüística*, Vigo: Academia del Hispanismo, 147-178.
- ĎAĎOVÁ, Zuzana (2017): «Mercado lingüístico y variación sociofonética en los informativos de la Televisión Canaria», *Verbeia* 3 (2), 9-29. URL: <https://www.ucjc.edu/wp-content/uploads/1.-Zuzana-Dadova.pdf>
- DÍAZ SALGADO, Luis Carlos (2002): «Creencias y actitudes sobre usos fónicos «innovadores» del andaluz en los periodistas sevillanos de Canal Sur Televisión», *Tonos Digital* 3. URL: <http://www.um.es/tonosdigital/znum3/estudios/fonosimbolismo.htm>
- DOMÍNGUEZ CALVO, Rocío (2020): «El discurso del odio al andaluz en los medios de comunicación», en R. Cremades (coord.), *De la Hemeroteca al aula: el uso de la prensa en educación lingüística*, Vigo: Academia del Hispanismo, 115-146.

- FERNÁNDEZ DE MOLINA ORTÉS, Elena (2020): «¿Cómo hablan los presentadores andaluces en televisión? Percepción de los espectadores y análisis lingüístico de la posible variación (socio)estilística en los medios», *Linred: Lingüística en la Red*, 17. URL: <http://hdl.handle.net/10017/43046>
- GUERRERO SALAZAR, Susana (2019): «Las demandas a la RAE sobre el sexismo del diccionario: La repercusión del discurso mediático», *Doxa Comunicación* 29, 43-60. URL: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a2>
- GUERRERO SALAZAR, Susana (2020a): «Análisis comparativo de las actitudes lingüísticas sobre las modalidades andaluzas y canarias en la prensa española», *Moderna Språk* 114, 1, 108-138. URL: <http://ojs.ub.gu.se/ojs/index.php/modernasprak/article/view/4671/3871>
- GUERRERO SALAZAR, Susana (2020b): «De los libros de estilo a la divulgación en prensa: sobre los acentos andaluces y canarios en los medios de comunicación», *Oralia*, 23(2), 289-318.
- GUERRERO SALAZAR, Susana (2020c): «Principales sufijos en la creación de neologismos tendenciosos en los titulares deportivos de la prensa española», *Neologica* 14, 185-202.
- GUERRERO SALAZAR, Susana y Carmen MARIMÓN LLORCA (coord.) (2020): *Discurso metalingüístico e ideologías en el periodismo de opinión*, Monográfico Revista *TEP*, 6 (2), 1-6. URL: <https://doi.org/10.17710/tep.2020.6.2.1guerreromarimon>
- HERNÁNDEZ CABRERA, Clara Eugenia y Marta SAMPER HERNÁNDEZ (2018): «Creencias y actitudes de los jóvenes universitarios canarios hacia las variedades cultas del español», *Boletín de Filología* 53 (2), 179-208. URL: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-93032018000200179>
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Humberto (2004): *El mensaje en los medios. A propósito del estudio lingüístico de la prensa regional canaria*, Madrid: Iberoamericana Vervuert.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Humberto (2009a): *Norma lingüística y español de Canarias. Manual de consulta para periodistas*, Santa Cruz de Tenerife: Gobierno de Canarias.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Humberto (2009b): *Una palabra ganada. Notas lingüísticas*, Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2.^a ed.
- LEÓN CASTRO GÓMEZ, Marta (2019): «La modalidad lingüística andaluza en la serie de ficción *La Peste* y su repercusión mediática», *Pragmalingüística*, 27, 90-111. URL: <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/4812>
- MARIMÓN LLORCA, Carmen e Isabel SANTAMARÍA PÉREZ (eds.) (2019): *Ideologías sobre la lengua y medios de comunicación escritos. El caso del español*. Berlín: Peter Lang.
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (1997): «Reivindicación de las hablas andaluzas en la prensa regional durante la transición», *Demófilo. Revista de Cultura Tradicional de Andalucía*, 22, 155-181. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2444492>
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (2003): «El andaluz en la prensa (actitudes lingüísticas: 1980-1981)», en A. Narbona Jiménez (ed.) *II Jornadas sobre las hablas andaluzas. El español hablado en Andalucía*, Sevilla: Ayuntamiento de Estepa, 139-174. URL: <http://hdl.handle.net/11441/25386>
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (2009): «La proyección social de la identidad lingüística de Andalucía. Medios de comunicación, enseñanza y política

- lingüística», en A. Narbona Jiménez (coord.) *La identidad lingüística en Andalucía*, Sevilla: Centro de Estudios Andaluces/Consejería de la Presidencia, 213-319. URL: <http://hdl.handle.net/11441/25384>
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (2013): «La enseñanza de la lengua en Andalucía y el andaluz en los medios de comunicación», en A. Narbona Jiménez (coord.) *Conciencia y valoración del habla andaluza*, Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, 257-329. URL: <http://hdl.handle.net/11441/25173>
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (2019): «Posiciones enunciativas e ideología en los discursos metalingüísticos sobre la variedad andaluza en la prensa Española: De 1977 a la actualidad», en C. Marimón Llorca e I. Santamaría Pérez (eds.) *Ideologías sobre la lengua y medios de comunicación escritos. El caso del español*. Berlín: Peter Lang, 193-215.
- MORGENTHALER GARCÍA, Laura (2008): *Identidad y pluricentrismo lingüístico: hablantes canarios frente a la estandarización*, Madrid: Iberoamericana.
- ORTEGA OJEDA, Gonzalo y Narés GARCÍA RIVERO (2020): «Medios de comunicación y normalización lingüística en Canarias», *Revista ACL*, 1. URL: <https://revistaacl.com/medios-de-comunicacion-y-normalizacion-linguistica-en-canarias/>
- PIMENTEL RIVAS, Victoriano (2016): *Actitud de los ciudadanos andaluces en cuanto al empleo del dialecto andaluz en los medios de comunicación audiovisuales*, tesis doctoral, Minnesota State: University Mankato. URL: <https://core.ac.uk/reader/214122600>
- RODRÍGUEZ-IGLESIAS, Ígor (2015a): «La hybris del punto cero metalingüístico sobre el valor indexical: la lengua como marcador de la heterojerarquía de dominación», *Otros Logos. Revista de estudios Críticos* 6, 91-114. URL: https://www.researchgate.net/publication/286264586_Rodriguez-Iglesias_I_2015_La_hybris_del_punto_cero_metalinguistico_sobre_el_valor_indexical_la_lengua_como_marcador_de_la_heterojerarquia_de_dominacion_en_Otros_Logos_Revista_de_Estudios_Criticos_6_Un
- RODRÍGUEZ-IGLESIAS, Ígor (2015b): «Modelos textuales como ideologías lingüísticas y capital simbólico», *Anuario Brasileño de Estudios Hispánicos* 25 (2), 141-151. URL: <https://igoriglesias.wordpress.com/2016/01/23/rodriguez-iglesias-igor-2015-modelos-textuales-como-ideologias-linguisticas-y-capital-simbolico-en-anuario-brasileño-de-estudios-hispanicos-25-2-sao-paulo-brasil-pp-141-1/>
- RODRÍGUEZ-IGLESIAS, Ígor (2016): «Ideologías lingüísticas: descapitalización fanoniana de los andaluces», *Nueva Revista del Pacífico*, 65, 105-136. URL: <http://www.nuevarevistadelpacifico.cl/index.php/NRP/article/view/71/114>
- RODRÍGUEZ-IGLESIAS, Ígor (2017a): «La colonialidad del ser, saber y poder como base de la inferiorización lingüística de Andalucía», en VV.AA. *Desde Andalucía a América. 525 años de conquista y explotación de los pueblos*. Granada: Hojas Monfies, 191-225. URL: https://www.researchgate.net/publication/321109346_Rodriguez-Iglesias_Igor_2017_La_colonialidad_del_ser_saber_y_poder_como_base_de_la_inferiorizacion_linguistica_de_Andalucia_En_VVAA_Desde_Andalucia_a_America_525_anos_de_conquista_y_explotacion_de_los
- RODRÍGUEZ-IGLESIAS, Ígor (2019): *La lógica de inferiorización de las variedades lingüísticas no dominantes. El caso paradigmático del andaluz. Un estudio desde la Sociolingüística Crítica y la perspectiva decolonial*, tesis doctoral. Universidad de Huelva. URL: <http://hdl.handle.net/10272/16988>

- RODRÍGUEZ ILLANA, Manuel (2017): «“Ignorantes, paletos y plebeyos”: la andalofobia lingüística de la Academia en los medios», en M. Bermúdez Vázquez, y R. D. Macho Reyes (eds.) *Análisis del discurso mediático: un enfoque multidisciplinar*, Sevilla: Egregius, 19-38. URL: <https://idus.us.es/handle/11441/90316>
- ROJAS TORRIJOS, José Luis (coord.) (2020): *Manual de estilo RadiUS*, Sevilla: Universidad de Sevilla. URL: <https://dx.doi.org/10.12795/9788447229994>
- SÁNCHEZ, Manu, (2017). *Surnormal Profundo*, Navarra: Penguin Random House.
- SANMARTÍN SÁEZ, Julia (2019): «Análisis del discurso, ideología y neologismos: turismofobia, turistización y turistificación en el punto de mira», *CLAC* 78, 63-90. URL: <https://doi.org/10.5209/clac.64372>
- SCHIEFFELIN, Bambi B., WOOLARD, Kathryn A. y Paul V. KROSKRITY (eds.) (2012): *Ideologías lingüísticas: práctica y teoría*, Madrid: Los libros de la Catarata.
- SIMOVIĆ, Ivana Vučina (2013): «Reacciones de los laicos a discursos mediáticos y metalingüísticos sobre el andaluz en YouTube», *Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central* 4, 235-252. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5249344>
- VALLE, José del (ed.) (2007): *La lengua, ¿patria común? Ideas e ideologías del español*, Frankfurt am Main/Madrid: Iberoamericana/Vervuert.
- VAN DIJK, Teun A. (ed.) (2000a): *El discurso como estructura y proceso*, Barcelona: Gedisa, vol.1.
- VAN DIJK, Teun A. (ed.) (2000b): *El discurso como interacción social*, Barcelona: Gedisa, vol. 2.
- VAN DIJK, Teun A. (2003): *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona: Ariel.
- VAN DIJK, Teun A. (2006): «Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas manipulaciones», *Signos* 39(60): 49-74. URL: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-09342006000100003.
- VAN DIJK, Teun A. (2010a): «Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso», *Revista de Investigación Lingüística* 13, 167-215. URL: <https://digitum.um.es/jspui/bitstream/10201/23309/1/114181-453211-2-PB.pdf>
- VAN DIJK, Teun A. (2010b): «Noticias, discurso e ideología», *Interlingüística* 21, 15-30.