

Terminología corporativa: aspectos de variación vertical y diatópica

Una comparación entre diferentes subgéneros textuales en el sector bancario de España, México y Argentina

EVA DÍAZ GARCÍA

Universidad de Ciencias Económicas
y Empresariales de Viena (WU Wien)
eva.diaz.garcia@wu.ac.at

Este proyecto de terminología corporativa se engloba en la actividad investigadora y docente del Instituto de Lenguas Románicas de la Universidad de Ciencias Económicas y Empresariales de Viena y enfoca la variación terminológica en dos ejes: analiza la terminología usada en distintos (sub)géneros textuales presentes en los informes anuales de grandes corporaciones bancarias, por una parte, y combina este análisis con una perspectiva diatópica, por otra. Concretamente, se examinará la terminología usada en este ámbito en España, México y Argentina que, entre los países hispanohablantes, son los que mayor PIB registran. De este modo, se estudiarán subtextos de un macrotexto, los informes anuales, entre los que *a priori* existe variación por género y, en estrechísima relación con esta, verticalidad (Hoffman, 1998). Los subgéneros que se tomarán en consideración son la cuenta de resultados y/o el balance, la memoria y el informe de gestión, como textos altamente especializados, y la carta a los accionistas, como texto más divulgativo. Esta comparación posibilitará establecer en cuáles de estos subgéneros es más recurrente o visible la variación léxica y precisar cómo cambian los inventarios terminológicos entre los diferentes niveles de especialidad, lo que va en línea con la investigación realizada por Schnitzer (2018) para la terminología contable a partir de subtextos de los informes anuales de grandes empresas españolas no financieras cotizadas en bolsa. Al mismo tiempo, al investigar textos procedentes de distintos países, el trabajo revelará si las diferencias se dan de la misma forma en las distintas variedades diatópicas del español o si, en cambio, pueden constatarse dialectos más o menos proclives a la variación vertical. Si tomamos un concepto de base como el de «ventas netas», constataremos que en los subgéneros con mayor tecnicidad en España se preferirá el término «importe neto de la cifra de negocios» frente a otros como «ventas» o «ingresos», lo que podría variar considerablemente en los otros países estudiados.

De esta manera, y puesto que los trabajos sobre la variación diatópica en el lenguaje económico siguen siendo escasos, el proyecto pretende igualmente contribuir a un registro sistemático y coherente de las variantes terminológicas usadas en el ámbito temático seleccionado y los países analizados. También, por esta razón y en un primer paso, la presente investigación tomará en cuenta España, por un lado, así como México y Argentina, por otro, al tratarse de zonas dialectales identificadas por Oesterreicher (2002) como más importantes y con más acción difusora. En un segundo paso, las variantes encontradas se cotejarán con las de otros países latinoamericanos, lo que, a su vez, desde un punto de vista teórico, permitirá determinar hasta qué punto las zonificaciones del español propuestas por distintos autores (Cahuzac, 1980; Henríquez Ureña, 1921; Moreno-Fernández, 2010) son válidas para el lenguaje corporativo y, a nivel práctico, ampliar el *Glosario Regional de Terminología Corporativa* elaborado en el Instituto de Lenguas Románicas y accesible a través de <https://plataformaene.com/>.

Como metodología de trabajo se empleará un enfoque basado en corpus. Se procederá al estudio exhaustivo de un corpus textual compuesto por los informes anuales pertenecientes a los mayores grupos bancarios de cada uno de los territorios de lengua hispana investigados y en su construcción

se tendrán en cuenta las recomendaciones dadas por el grupo EAGLES (1996) en cuanto a su extensión, el tamaño de las muestras y la procedencia. Por su parte, la extracción de datos a partir de estas comunicaciones escritas formales se realizará mediante una combinación de búsqueda manual y automatizada.

Bibliografía

- CAHUZAC, Philippe (1980). «La división del español de América en zonas dialectales. Solución etnolingüística o semántico-dialectal». *Lingüística Española Actual*, 2(2), p. 385-461.
- EAGLES (1996). *Synopsis and Comparison of Morphosyntactic Phenomena Encoded in Lexicons and Corpora. A Common Proposal and Applications to European Languages*. Pisa: ILC-CNR.
- HENRÍQUEZ UREÑA, Pedro (1921). «Observaciones sobre el español de América». *Revista de Filología Española*, 7, p. 357-390.
- HOFFMANN, Lothar (1998). *Llenguatges d'especialitat*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.
- MORENO-FERNÁNDEZ, Francisco (2010). *Las variedades del español y su enseñanza*. Madrid: Arco/Libros.
- OESTERREICHER, Wulf (2002). «El español, lengua pluricéntrica: perspectivas y límites de una autoafirmación lingüística nacional en Hispanoamérica. El caso mexicano». *Lexis*, 26(2), p. 275-304.
- SCHNITZER, Johannes (2018). «La variación terminológica inter- e intratextual en la comunicación empresarial: el caso de los informes anuales». En: González González, Manuel, Sánchez-Palomino, María Dolores y Veiga Mateos, Inés (ed.). *Terminología: A Necesidade da Colaboração*. Madrid: Vervuert, p. 113-127.

El refrany

Què hem de fer?
Vendre la casa i anar de lloguer

Font: Paremiologia catalana. www.dites.cat