

ÍNDICE

<i>Ruth María Lavale-Ortiz</i> Prólogo.....	7
<i>Carmen Varo Varo</i> Claves para descifrar la naturaleza neurocognitiva de la neología.....	13
<i>Ruth María Lavale-Ortiz</i> El sentimiento de novedad en la identificación de neologismos: configuración de corpus y metodología desde una visión cognitiva.....	35
<i>Elisa Barrañón López</i> Neología cultural y neología de préstamo desde una óptica cognitiva: bases para su estudio y criterios para su clasificación.....	57
<i>Herminia Provencio Garrigós</i> Los neologismos verbales desde un enfoque sociolingüístico cognitivo.....	87
<i>María Tadea Díaz Hormigo</i> Sobre la (obligada) recurrencia a la perspectiva cognitiva para afrontar los retos de la interpretación, traducción y transcreación de neologismos.....	111
<i>María del Carmen Méndez Santos</i> Los mecanismos de formación de palabras como estrategia en la enseñanza de léxico en el aprendizaje de español como lengua extranjera.....	133
<i>Almudena Soto Nieto</i> La metonimia conceptual como estrategia clave en la motivación de fenómenos léxicos y gramaticales en el discurso gastronómico actual.....	149
<i>Érika Vega Moreno</i> Empleo de las creaciones léxicas en el lenguaje de la publicidad y su impacto en el destinatario.....	173
Sobre las autoras.....	199

PRÓLOGO

El volumen que el lector tiene entre sus manos pretende contribuir al avance de la investigación que se realiza actualmente en España en torno a la neología y los neologismos. Las distintas aportaciones que forman parte de este trabajo poseen como hilo conductor la adopción de la perspectiva cognitiva como fundamentación teórica y aplicada, aunque abordan el fenómeno neológico desde distintas ramas, demostrando que son múltiples las facetas desde las que considerarlo, lo que redundará en su propia riqueza y demuestra su complejidad interna.

El desarrollo de la Lingüística Cognitiva se produjo gracias al avance de disciplinas como la neurología y la psicología, que descubrieron cómo funcionaba realmente el cerebro humano en una época en la que dominaban los paradigmas formalistas (estructuralismo y generativismo) en la explicación lingüística. A partir de las pruebas experimentales desarrolladas por estas ciencias, los lingüistas cognitivos comenzaron a defender que el lenguaje no era un elemento autónomo, sino que había que relacionarlo con los procesos generales de la cognición (percepción, memoria y categorización). Comenzaron a surgir, entonces, investigaciones que resaltaban conceptos clave como la relevancia de la semántica, la corporeización lingüística, la focalización o prominencia, los espacios mentales, la categorización en prototipos o las metáforas y metonimias conceptuales. Estos principios construyeron una disciplina lingüística sólida cuya validez ha quedado demostrada en innumerables estudios.

Consideramos que uno de los campos en los que la Lingüística Cognitiva tiene aún mucho que ofrecer es el de los estudios neológicos. A pesar de que históricamente se ha reconocido que la neología y los neologismos estudian los procesos y productos novedosos, la delimitación de lo que se considera nuevo ha sido, y sigue siendo, problemática. Nuestra intención con esta recopilación de trabajos es avanzar en este ámbito desde el punto de vista teórico y aplicado.

El libro comienza con la contribución de Carmen Varo Varo (“Claves para descifrar la naturaleza neurocognitiva de la neología”). De acuerdo con su trabajo,

los usos neológicos, aunque originados en virtud de los recursos proporcionados por los sistemas lingüísticos y potenciados por la norma de cada comunidad de hablantes, al tratarse de fenómenos que se materializan en el hablar, merecen ser considerados desde la perspectiva de los procesos de codificación y descodificación que los permiten, así como de sus correspondientes correlatos cognitivos y cerebrales. En su contribución, la autora se apoya en ejemplos extraídos del Banco de neologismos del Centro Virtual Cervantes para reflexionar sobre los mecanismos computacionales y asociativos que posibilitan los procesos de creación e interpretación neológicas, atendiendo tanto a la implicación de atención y memoria, en cuanto funciones neurocognitivas que se proyectan en el lenguaje, como a la consiguiente participación de las estrategias declarativa y procedimental latentes en la neología. Como resultado derivado de lo anterior, alcanza, además, una caracterización más flexible y dinámica de la naturaleza y la estructura del léxico de las lenguas.

Los tres siguientes capítulos se inscriben en el mismo proyecto de investigación (GV/2018/054), por lo que el acercamiento teórico a la neología y los neologismos es compartido y la metodología aplicada tiene una base común. La contribución de Ruth María Lavale Ortiz (“El sentimiento de novedad en la identificación de neologismos: configuración de corpus y metodología desde una visión cognitiva”) reflexiona sobre las limitaciones teóricas y aplicadas que se encuentran actualmente en los estudios neológicos. En particular, desde el punto de vista teórico, se propone un acercamiento al proceso neológico y al reconocimiento de neologismos basado en una visión cognitiva. Para explicar tanto el proceso como el producto neológico es necesario prestar atención a la manera en la que el lenguaje se relaciona con las facultades cognitivas. Esta relación explica que los neologismos sean formas lingüísticamente salientes, porque, perceptivamente, causan sorpresa en el usuario, y también justifica que el reconocimiento de los neologismos deba realizarse de acuerdo con la competencia lingüística y sociocultural de las personas que los utilizan. Las categorías de elementos neológicos deben configurarse como continuos en los que sus miembros se organizan a partir de rasgos comunes, pero en los que se da cabida a aspectos diferenciadores, puesto que no todos los neologismos causan el mismo impacto en todas las personas ni todos suponen el mismo esfuerzo a la hora de procesarlos. La utilización del criterio psicológico (el sentimiento de novedad) y del criterio lingüístico (el conocimiento almacenado en la memoria a largo plazo) como discriminatorios en el reconocimiento y en la comprensión de los neologismos requiere del establecimiento de unas pautas de trabajo que se alejen del modo en el que están configurados los corpus neológicos actuales. Estos criterios se aplican sobre un conjunto de verbos nuevos tomados de tres fuentes

para defender las ventajas que implica su uso y los cambios metodológicos que imponen en los trabajos neológicos.

El capítulo elaborado por Elisa Barrañón López (“Neología cultural y neología de préstamo desde una óptica cognitiva: bases para su estudio y criterios para su clasificación”) se apoya en la cognición humana como eje vertebrador que delimita y categoriza la neología verbal, dado que son las capacidades cognitivas del ser humano (la percepción y, en concreto, la atención, la memoria y la categorización) las que sirven de fundamento a la hora de comprender de qué forma se concibe el neologismo y cómo desciframos su significado. Entre los posibles criterios que se han erigido como parámetros restrictivos de la categoría del neologismo (psicológico, lingüístico, de frecuencia, lexicográfico y textual), la autora parte, sobre todo, del criterio psicológico, es decir, de la sensación de novedad que un hablante experimenta al ver por primera vez un término que desconoce, con el fin de clasificar 56 verbos neológicos formales (9 culturales y 47 procedentes de préstamos) extraídos de la base de datos BOBNEO 2016 y 2017. De esos 56 verbos, la autora selecciona 6 (3 culturales y 3 de préstamo) para integrarlos en una encuesta realizada con informantes del Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad de Alicante con el objetivo de comprobar si la percepción y sentimiento neológico de las investigadoras que forman parte del proyecto coincide o no con el de los encuestados. El análisis revela que solo tres de los verbos escogidos son contemplados por los informantes de la misma manera.

Relacionado con el capítulo anterior, Herminia Provencio Garrigós (“Los neologismos verbales desde un enfoque sociolingüístico cognitivo”) presenta, por un lado, una propuesta teórica sobre la concepción del neologismo y su aplicación a la categoría verbal a partir de los postulados de la Lingüística Cognitiva. Concretamente, se entiende cómo funciona y por qué se caracteriza la categoría de neologismo a partir de los datos que proporcionan las capacidades cognitivas del ser humano (percepción, memoria, categorización) y su base experiencial (nociones culturales, históricas, psicológicas y sociales). Por otro lado, esta propuesta teórica va acompañada de un estudio social canalizado mediante un cuestionario *on-line* (que sigue la metodología del capítulo anterior), que ha sido cumplimentado por estudiantes de Grado y Máster en materias lingüísticas de las universidades de Alicante y Murcia, con el que se pretende evaluar el sentimiento neológico de un conjunto de hablantes, medir su conocimiento compartido de los verbos neológicos y comprobar la validez del criterio psicolingüístico en el reconocimiento de las unidades verbales neológicas.

La siguiente contribución a este volumen, a cargo de María Tadea Díaz Hormigo (“Sobre la [obligada] recurrencia a la perspectiva cognitiva para afrontar los

retos de la interpretación, traducción y transcreación de neologismos”), pretende cubrir dos objetivos: dar cuenta de la transferibilidad y aplicabilidades a la traductología de los resultados de las investigaciones sobre los neologismos y verificar la intervención de la competencia cognitiva del receptor al proceder a la interpretación, traducción y transcreación de neologismos. Con esta finalidad, la autora expone los resultados de la traducción al italiano, por hablantes nativos, de candidatos a neologismos léxicos de la lengua común o general detectados en 815 contextos extraídos de la prensa escrita en español. Tras abordar la relación entre cognición, neología y traducción en el marco de la transferibilidad y las aplicabilidades actuales de los resultados de las investigaciones en neología hacia/desde la traductología, se procede a describir los parámetros y criterios seguidos para confeccionar el corpus de investigación y la metodología empleada para su análisis, el cual arroja interesantes conclusiones que permiten corroborar la necesidad de afrontar los retos de la interpretación, traducción y transcreación de neologismos desde la perspectiva cognitiva.

Por su parte, María del Carmen Méndez Santos (“Los mecanismos de formación de palabras como estrategia en la enseñanza de léxico en el aprendizaje de español como lengua extranjera”) reflexiona sobre la enseñanza explícita del léxico en el aula de lenguas extranjeras, que, en combinación con otras estrategias implícitas, da lugar a un aprendizaje de mayor calidad y duradero. Concretamente, en su contribución argumenta sobre la relevancia de enseñar los mecanismos morfológicos de formación de palabras con la finalidad de proporcionar al alumnado un aprendizaje más amplio y profundo, así como de mostrarle una serie de estrategias de compensación para las situaciones en las que carezca de ciertas unidades léxicas. Su intervención didáctica, en la que evaluó de forma demorada durante seis meses a un conjunto de estudiantes en tres grupos de trabajo mediante una prueba en forma de test de vocabulario con mapas conceptuales, revela que la implementación de un enfoque léxico que tenga en consideración aspectos afectivos en el diseño de las actividades obtiene mejores resultados que una instrucción basada en la simple exposición, en la elaboración de listas de palabras y en otras actividades que no implican una conexión profunda entre forma y significado.

A continuación, el capítulo de Érika Vega Moreno (“Empleo de las creaciones léxicas en el lenguaje de la publicidad y su impacto en el destinatario”) centra su atención en la vinculación entre la neología y el lenguaje publicitario. En el mundo actual, con un mercado que ofrece distintos productos y servicios destinados a satisfacer nuestros deseos y necesidades, se presenta la problemática de qué producto comprar o qué servicio elegir, puesto que cada vez son mayores las posibilidades ofrecidas por el mercado. Debido a la gran competitividad entre las empresas y el fuerte incremento y desarrollo de la sociedad de consumo,

estas empresas y compañías se ven obligadas a tomar medidas para lograr sus objetivos; entre ellas, la autora destaca, especialmente, el uso de la publicidad, que es inconcebible sin la utilización del idioma, en la que este muestra su poder más creativo. Por esa razón, en el capítulo se subraya cómo este tipo de lenguaje se ha beneficiado de las posibilidades expresivas de la lengua, haciendo hincapié en la creación léxica, no solo por razones denominativas, sino, en la mayoría de los casos, debido a motivos estilísticos, todo ello con el único fin de persuadir al consumidor.

En la última aportación, realizada por Almudena Soto Nieto (“La metonimia conceptual como estrategia clave en la motivación de fenómenos léxicos y gramaticales en el discurso gastronómico actual”), se examinan los fenómenos neológicos hallados en dos de los géneros propios del discurso gastronómico actual, cartas y menús, desde la perspectiva de la Lingüística Cognitiva. El análisis que lleva a cabo la autora revela la necesidad de abordar el estudio de la neología siguiendo el paradigma cognitivista, ya que permite realizar la descripción del lenguaje en relación con la cognición y nuestra interacción con el medio físico, social y cultural. Esto no solo permite describir los procesos léxicos y gramaticales responsables de la creación de diferentes fenómenos neológicos, sino también los mecanismos cognitivos que intervienen en su motivación. El análisis demuestra que la metonimia conceptual se presenta como procedimiento básico responsable de la aparición de nuevas unidades léxicas y sintagmáticas y los significados de estas, actuando en muchos casos en diferentes niveles lingüísticos de manera simultánea, pues la motivación de usos semánticos novedosos tiene como resultado consecuencias en la gramática. Las proyecciones metonímicas encontradas en el lenguaje gastronómico provocan nuevas formas (abreviatura y acronimia), la extensión de unidades léxicas ya existentes y cambios semánticos que ocasionan procesos gramaticales tales como derivación, conversión, elipsis y creación de construcciones con valor adjetival.

Como se podrá comprobar a lo largo de la lectura de los capítulos, la actualidad de los estudios neológicos es evidente; de hecho, continúan existiendo ciertas incógnitas y aspectos complejos que mantienen abiertas varias líneas de investigación. Reflexionar sobre la neología y los neologismos a partir de la perspectiva cognitiva enriquece su análisis y permite seguir avanzando en cuestiones que habían quedado relegadas a un segundo plano en los últimos años.

No me gustaría finalizar esta presentación sin realizar algunos agradecimientos personales. En primer lugar, quiero agradecer a la Generalitat Valenciana la ayuda que nos ha prestado a través del proyecto de investigación GV/2018/054 (“La revisión del neologismo desde la Lingüística Cognitiva. Aplicación a los verbos neológicos en español actual”), en el que se inscribe este volumen. Asimismo,

me gustaría dar las gracias a la editorial Iberoamericana Editorial Vervuert por acceder a publicar este trabajo (sobre todo, a Anne Wigger, por su paciencia y dedicación) y a las investigadoras que, con sus contribuciones, fruto de su esfuerzo y compromiso, han conseguido que se convierta en una realidad. Por último, mi agradecimiento va dirigido a los compañeros que conforman el grupo de investigación LeXis, de la Universidad de Alicante, y al área de Lengua Española del Departamento de Filología Española, Lingüística General y Teoría de la Literatura de esta misma universidad, por su apoyo académico y personal durante todos estos años.