

Lavale-Ortiz, Ruth (ed.) (2020)

Cognitivismo y neología: estudios teóricos y aplicados

MADRID

IBEROAMERICANA EDITORIAL VERBUERT

ISBN 978-84-9192-192-5

202 PÁGS.

La investigación en neología lleva desarrollándose desde los años setenta, sin embargo, su estudio desde la perspectiva de la Lingüística Cognitiva es un campo novedoso del que no hay numerosas publicaciones. Es por ello por lo que este libro editado por Ruth Lavale-Ortiz, *Cognitivismo y neología: estudios teóricos y aplicados*, pretende presentar un estado de la cuestión y aunar distintas perspectivas para el estudio de la neología desde la teoría cognitiva. Cabe destacar la novedad de esta publicación, ya que para el estudio de una disciplina tan cambiante como es la neología, es necesario contar con un marco teórico actualizado y vanguardista. El objetivo principal de la obra es, de hecho, «avanzar en este ámbito desde el punto de vista teórico y aplicado» (p. 7).

Para encontrar compilaciones de estudios sobre neología con características similares a la obra que nos ocupa, tenemos que remontarnos a 2016, año de publicación de *La neología en las lenguas románicas* editado por Joaquín García Palacios, Goedele De Sterck y Daniel Linder entre otros. En esta última obra encontramos una revisión de las bases teóricas sobre la neología con aportaciones como la de Guerrero Ramos «Nuevas orientaciones en la percepción de los neologismos: neologismos de emisor y neologismos de receptor o neologismos de receptor», capítulo en el que se presenta la idea de la neología como disciplina lingüística interdisciplinar (2016: 66).

También es posible encontrar otras publicaciones sobre neología desde con un enfoque cognitivo como por ejemplo el artículo de Julia Sanmartín Sáez «El neologismo desde una perspectiva contrastiva: entre lo cognitivo y lo lexicográfico» de 2009 donde la autora estudia las consecuencias que tiene para un corpus la selección de criterios como el psicológico-cognitivo y el lexicográfico en la localización de neologismos (2009: 149), o el artículo de Vega Moreno y Llopart Saumell «Delimitación de los conceptos de novedad y neologicidad» en el que se trata la limitación del enfoque únicamente lexicográfico (2017: 1417). Sin embargo, no hemos podido encontrar una colección de artículos enteramente dedicados al estudio de la neología desde la perspectiva cognitiva hasta ahora, pues las publicaciones antes mencionadas o bien cuentan con algunos años, o bien mencionan la perspectiva cognitiva y la proponen como posible campo de estudio, pero no basan enteramente su investigación en ella, y, por tanto, no encontramos apenas aplicaciones prácticas de esta perspectiva en sus estudios.

El enfoque no solo teórico, sino también aplicado, que presentan los distintos capítulos del libro resulta muy relevante. Este enfoque no solo facilita la comprensión de los aspectos teóricos, sino que también aporta nuevas ideas y metodologías para futuras investigaciones en neología desde la perspectiva cognitivista.

Respecto a la organización del libro, se encuentra dividido en ocho capítulos distribuidos según un criterio de afinidad temática. Mientras que la primera contribución afronta la neología desde una perspectiva enteramente teórica, las siguientes tres contribuciones se enmarcan en el mismo proyecto de investigación «La revisión del neologismo desde la Lingüística Cognitiva. Aplicación a los verbos neológicos en español actual», y tienen, por tanto, una base común y un planteamiento metodológico similar. Las últimas contribuciones se centran específicamente en la neología en traducción e interpretación, en enseñanza de lenguas, en el discurso gastronómico y en el discurso publicitario. Se trata pues de capítulos dedicados a la aplicación de la teoría neológica. Además, esta obra, organizada desde temas más genéricos a temas mucho más concretos, está dirigida a un público interesado en todos los procesos que rodean la creación de palabras y que pretenden buscar ideas para nuevas investigaciones en este ámbito de la neología guiado por la Lingüística Cognitiva.

La primera contribución, de Carmen Varo Varo «Claves para descifrar la naturaleza neurocognitiva de la neología» trata sobre las ventajas de utilizar una perspectiva comunicativa para estudiar neología y se centra en la naturaleza neurocognitiva de la neología como fenómeno universal del hablar (p. 16). Para abordar los usos neológicos desde una perspectiva neurocognitiva propone analizar la palabra y, por ende, el conocimiento lingüístico como parte de las redes neuronales interconectadas de conocimiento. Este enfoque de red relacional o asociativa se sustenta en la noción de nexión y permite afrontar la explicación de nuestra habilidad para producir y comprender usos neológicos. A modo de conclusión se establece que el análisis del procesamiento de usos neológicos constituye un aspecto central para la caracterización de la neología y sus manifestaciones.

Dentro del segundo bloque temático de aportaciones encontramos el capítulo de Ruth María Lavale-Ortiz, editora del volumen, que lleva por título «El sentimiento de novedad en la identificación de neologismos: configuración de corpus y metodología desde una visión cognitiva». En él, se pone de manifiesto que, a pesar de los avances en neología y la consideración de factores psicolingüísticos en la identificación de neologismos, estos criterios todavía no se incluyen en los corpus de neologismos como pueden ser, por ejemplo, las bases de datos del OBNEO, que siguen en su mayoría el criterio lexicográfico (p. 35). Además, se propone el uso del criterio psicológico como discriminatorio de voces neológicas. Utilizando este criterio, el indi-

viduo se convierte en el centro de la investigación. Para demostrar la variabilidad de los neologismos dependiendo del usuario y los criterios psicológicos se llevó a cabo un corpus de verbos basados en estos criterios. A modo de conclusión, la autora determina que este enfoque de estudio permite otorgar una base firme para estudiar la neología y los neologismos ya que en palabras de la autora:

El ser humano hace uso de sus facultades cognitivas para comprender la realidad y para mostrarla a través de la lengua; en este sentido, el proceso neológico es natural en el ser humano porque la lengua, el mundo y las personas están en constante evolución. La novedad en la lengua es un fenómeno al que podemos adaptarnos y que no nos resulta difícil de explicar, pues estamos acostumbrados a los cambios desde que nacemos (p. 51).

La siguiente contribución, de Elisa Barraón López, «Neología cultural y neología de préstamo desde una óptica cognitiva: bases para su estudio y criterios para su clasificación» pretende examinar de qué manera las capacidades cognitivas del ser humano y sus circunstancias nos permiten entender cómo se configuran los neologismos. Entre los criterios para la delimitación y comprensión de neologismos se establece la importancia del sentimiento de novedad. Por otro lado, en su investigación sobre los verbos neológicos destaca su clasificación en neologismos claros, intermedios o marginales (p. 64), y la utilización de encuestas para estudiar el sentimiento neológico que llevan consigo. Respecto a la realización de estudios en neología mediante encuestas, la autora comenta la necesidad de aportar un contexto en estas encuestas ya que los neologismos con los que trabaja no pueden analizarse de manera aislada (p. 69). Para concluir, expresa la variedad que existe en el sentimiento neológico.

La última contribución del segundo bloque temático pertenece a Herminia Provencio Garrigós y se titula «Los neologismos verbales desde un enfoque sociolingüístico cognitivo». En ella se prima el estudio desde el criterio psicológico y el lingüístico. En su estudio, utiliza como herramienta principal los cuestionarios, de los cuales concluye que constituyen «herramientas adecuadas para valorar empíricamente la teoría desarrollada y el impacto social de ciertos neologismos en una comunidad de habla» (p. 108). Además, la autora tiene siempre presente la idea de que los neologismos deben tratarse como unidades subjetivas que causan distinto grado de sorpresa en el interlocutor, y que dependen de la competencia lingüística almacenada en la memoria del receptor, pudiendo ser esta compartida o no por una comunidad de hablantes (p. 90). Mediante el uso de cuestionarios, la autora estudia un grupo concreto de estudiantes de filología y trata de demostrar si los criterios psicológicos ayudan a establecer los grados de neologicidad, llegando a conclusiones muy relevantes, entre las que destacan la constatación de la importan-

cia del contexto sociocultural y la confirmación de que los criterios psicológicos y lingüísticos ayudan a aplicar la categoría de neologismo como «gradual, continua y con límites muy difusos» (p. 108).

Dentro del tercer bloque temático, enfocado a aplicaciones específicas, encontramos el capítulo 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». En este caso se pretende dar cuenta de la transferibilidad y aplicabilidades de la traductología a la evaluación de corpus sobre nuevas unidades léxicas, y verificar, por otro lado, la intervención de la competencia cognitiva del receptor al enfrentarse a la comprensión, traducción y transcreación de neologismos. Para ello se ha elaborado un corpus basado en ejemplares de prensa escrita que se han analizado cuidadosamente para llegar a la conclusión de que los estudios de neología son transferibles y aplicables al ámbito de la traductología y de que es casi obligado recurrir a la competencia cognitiva para afrontar los retos de la interpretación, traducción y transcreación de neologismos (pp. 127-128).

El siguiente capítulo, de María del Carmen Méndez Santos, versa sobre «Los mecanismos de formación de palabras como estrategia en la enseñanza de léxico en el aprendizaje de español como lengua extranjera». En él, la autora se centra en la relevancia de la enseñanza de mecanismos de formación de palabras para dotar al alumnado de un aprendizaje más amplio y profundo. También se menciona la revalorización del léxico en la enseñanza de lenguas, que además está muy relacionada con los estudios psicológicos de conceptualización del lenguaje. Con todo ello se plantean una serie de estrategias didácticas para implementar la instrucción explícita sobre el léxico y particularmente sobre los mecanismos de formación de palabras (p. 138). Destaca particularmente entre estas estrategias didácticas el uso de mapas conceptuales de vocabulario «procurando que los contenidos estuviesen relacionados de algún modo con sus vidas» lo cual fomentaba la autoestima de los estudiantes (p. 141).

El capítulo de Almudena Soto Nieto «La metonimia conceptual como estrategia clave en la motivación de fenómenos léxicos y gramaticales en el discurso gastronómico actual» se centra en un campo muy específico: un ámbito en el que la cocina creativa o moderna ha dado lugar a la aparición de numerosos fenómenos lingüísticos para expresar las nuevas realidades culinarias (p. 149). En el capítulo se establece la importancia de la metonimia conceptual dentro de la lingüística cognitiva y se centra en el análisis de las expresiones lingüísticas usadas para identificar y presentar los productos culinarios para detectar novedades léxicas, semánticas y gramaticales. Destaca el hecho de que se hayan encontrado «hasta de doce proyecciones metonímicas diferentes que operan en los niveles léxico y gramatical, o en ambos de manera simultánea, y una participación

altamente significativa de la metonimia conceptual (89%) en la motivación de fenómenos gramaticales» (p. 166). Entre sus conclusiones se encuentra la necesidad del análisis desde la perspectiva cognitivista, ya que, según defiende, la explicación desde áreas tradicionales omite los factores y mecanismos de nuestro sistema conceptual (p. 166).

La última aportación procede de Érika Vega Moreno, y trata sobre el «Empleo de las creaciones léxicas en el lenguaje de la publicidad y su impacto en el destinatario». En este capítulo se establece la importancia de la creación léxica para captar la atención en el lenguaje publicitario. De hecho, se afirma que los publicistas se han convertido en especialistas en creatividad verbal (p. 188). Tras analizar toda una serie de ejemplos publicitarios se llega a la conclusión de que los publicistas pretenden cambiar el entorno cognitivo del receptor, incitándolo a comprar o contratar el producto o servicio anunciado, un proceso en el cual se saca gran partido a la creación léxica.

Este volumen ofrece un acercamiento diferente a la neología desde la Lingüística Cognitiva, poniendo de manifiesto la actualidad de los estudios y la necesidad de reflexionar sobre la neología a partir de esta perspectiva, que resulta muy enriquecedora y cuenta con numerosas líneas de investigación aún sin abordar. El rejuvenecimiento del sistema conceptual en neología resulta muy relevante. Sin olvidar las teorías clásicas, estas autoras profundizan mucho más en qué es un neologismo desde el punto de vista del receptor y en cómo este mismo maneja las nuevas unidades. De este modo aportan estudios centrados principalmente en esta figura tan clave para la identificación de neologismos.

Nos encontramos ante un libro de gran interés desde el punto de vista metodológico, ya que, aunque todos los estudios tienen en común el papel primordial de la lingüística cognitiva, cada autora propone un método diferente. Mientras que algunas autoras como es el caso de Díaz Hormigo y Soto Nieto basan su investigación en la lingüística de corpus, creando corpus *ad hoc*, otras, como por ejemplo Varo Varo, se centran en las bases de datos institucionales como el BOBNEO y el Centro Virtual Cervantes. Autoras como Barrañón López y Provencio Garrigós solamente utilizan la lingüística de corpus como primer paso en la investigación para obtener los datos necesarios y poder centrar su estudio en las encuestas y cuestionarios, las herramientas clave para sus investigaciones. Esta variedad metodológica resulta muy interesante para nuevos investigadores en el campo que busquen distintas maneras de plantear sus investigaciones.

La modernidad del volumen que nos ocupa es sin duda uno de sus mayores atractivos. Se trata de un volumen con estudios de actualidad, aunque tal y como afirman la mayoría de autoras, todavía queda mucho por investigar en este campo de neología cognitiva. También cabe la posibilidad de que en unos años algunas de las conclusiones de estos estudios puedan ser debatidas utilizando nuevas

herramientas para investigar de manera más precisa el sentimiento de novedad en los usuarios, así como el resto de criterios psicológicos.

REFERENCIAS

- GUERRERO RAMOS, G. (2016): “Nuevas orientaciones en la percepción de los neologismos: Neologismos de emisor y neologismos de receptor o neologismos de receptor”, García Palacios, J. et al. (eds.): *La neología en las lenguas románicas: Recursos, estrategias y nuevas orientaciones*, New York: Peter Lang, pp. 57-68.
- SANMARTÍN SÁEZ, J. (2009): “El neologismo desde una perspectiva contrastiva: Entre lo cognitivo y lo lexicográfico”, *Revista de Investigación Lingüística*, 12, pp. 147-174.
- Disponible en: <https://digitum.es/digitum/bitstream/-/10201/23283/1/91571-371591-1-PB.pdf> (Fecha de consulta: 09/02/2021).
- VEGA MORENO, É. & LLOPART SAUMELL, E. (2017): “Delimitación de los conceptos de novedad y neologicidad”, *RILCE Revista de Filología Hispánica*, 33(3), pp. 1416-1451. Disponible en: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/53125/1/6921-41922-1-PB.pdf> (Fecha de consulta: 09/02/2021).

CARMEN OLIVA SANZ

Becaria de Colaboración
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Córdoba
Plaza Cardenal Salazar, 3
14701 Córdoba
172olsac@uco.es

Fecha de Recepción: 11/02/2021
Fecha de Publicación: 01/12/2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2021.i29.26>