

Ruth María Lavale-Ortiz (ed.) (2020): *Cognitivismo y neología: estudios teóricos y aplicados*, Madrid, Iberoamericana Vervuert [Lengua y Sociedad en el Mundo Hispánico, 43], 202 pp.

El presente libro es una recopilación de ocho artículos correspondientes a diferentes investigaciones sobre el análisis de neologismos desde la perspectiva de la Lingüística Cognitiva, aplicados a diferentes ámbitos como la neurolingüística, la traductología o la enseñanza de español para extranjeros. Estos estudios son una muestra de la vitalidad que goza la neología actualmente y la complejidad que entrañan los neologismos, lo que supone que haya diferentes líneas de investigación muy diversas en activo. Al inicio del libro se ofrece una breve introducción con las principales características de cada estudio, unas nociones fundamentales de la Lingüística Cognitiva, su estrecha vinculación con los estudios de neologismos en la actualidad y, al final, un apartado con una breve descripción de la trayectoria profesional de cada una de las autoras participantes.

En el primer artículo, «Claves para descifrar la naturaleza neurocognitiva de la neología», la doctora Carmen Varo comienza destacando cuáles son las ventajas de la perspectiva comunicativa en el análisis de la neología debido a que es en la propia comunicación donde más constancia se tiene de crear neologismos, a través de los propios recursos lingüísticos que constituyen una lengua; por ello, al materializarse en el habla se deben tener en cuenta los procesos de codificación y descodificación y sus correlatos cognitivos y cerebrales. La innovación léxica se debe observar a través de un parámetro psicológico para poder llevar a cabo la identificación del neologismo, lo que no se ha tenido en cuenta en estudios anteriores. Así pues, con esa perspectiva psicolingüística se consigue delimitar cuáles son los usos más novedosos frente a los usos que ya están consolidados en la lengua, sin olvidar el contexto en el que se desenvuelve el proceso comunicativo. También hace una diferenciación entre aspectos conceptuales y semánticos del contenido léxico y la forma en la que se vinculan, pues los aspectos conceptuales son de orden diverso y están asociados al componente experiencial que presenta cada hablante, mientras que los semánticos dependen únicamente de la configuración determinada por cada sistema lingüístico. A continuación, hace referencia a los elementos que son esenciales para el abordaje neurocognitivo de los usos neológicos, explicando que el enfoque neurocognitivo de la neología permite el análisis de palabras desde una perspectiva más flexible que la tradicional gracias a la teoría lingüística por la que el conocimiento lingüístico se organiza en forma de redes neuronales interconectadas; esto explica la amplia presencia de neologismos en la lengua y, además, permite que se produzca una asociación de significados entre palabras. En definitiva, el análisis del procesamiento de usos neológicos constituye un aspecto central para la caracterización general

de la neología y de sus diferentes manifestaciones, pues es la memoria léxica la que permite llegar a descodificar el significado de un término estableciendo diferentes relaciones lingüísticas.

En el siguiente trabajo, «El sentimiento de novedad en la identificación de neologismos: configuración de corpus y metodología desde una visión cognitiva», la doctora Lavale-Ortiz destaca la necesidad de abordar un estudio de neologismos y la creación de un corpus previo a través de un criterio puramente «neológico» (que refleje verdaderamente un sentimiento de novedad justificado y no se base en el criterio lexicográfico de exclusión). La Lingüística Cognitiva demuestra que la lengua es una capacidad más integrada en las facultades de la cognición humana, como lo son la percepción, la memoria, la categorización, el razonamiento, etc., por lo que, para abordar un estudio neológico, hay que tener presente una serie de fases: reconocimiento (a través de un criterio psicológico), procesamiento e interpretación (criterio lingüístico) y comprobación (criterio lexicográfico, de difusión e inestabilidad, con el que poder confirmar si las voces que se estudian aparecen recogidas en obras lexicográficas u otros medios). En su investigación, analiza en tres fuentes distintas (BOBNEO, CORPES XXI y Twitter) la incidencia de neologismos y demuestra que no todas las voces neológicas pueden recibir la misma consideración, pues la percepción varía entre usuarios de la misma lengua.

Elisa Barrajón López, en «Neología cultural y neología de préstamo desde una óptica cognitiva: bases para su estudio y criterios para su clasificación», comienza explicando las características que se deben tener en cuenta para afrontar un estudio de neologismos desde lo que ella misma ha denominado “una óptica cognitiva”. En su estudio ha analizado neologismos verbales de préstamo adaptados de la lengua inglesa procedentes del ámbito de la tecnología, que se han extraído de BOBNEO 2016 y 2017. Clasifica los neologismos en marginales, claros e intermedios según su punto de vista y lo compara con el punto de vista de otras investigadoras. En segundo lugar, selecciona un total de seis verbos para realizar una encuesta a estudiantes del Grado de Traducción e Interpretación de la Universidad de Alicante con el fin de observar, a través de una serie de cuestiones, si eran capaces de comprender el significado de esas seis voces presentadas en un contexto de uso. Los resultados obtenidos demuestran que, en gran medida, se comparte el sentimiento neológico de la investigadora con el de los encuestados.

Herminia Provencio Garrigós en «Los neologismos verbales desde un enfoque sociolingüístico cognitivo» comienza con una introducción teórica sobre la Lingüística Cognitiva y la neología. En su investigación, seleccionó y clasificó seis voces neológicas de BOBNEO con las que poder confirmar las ideas teóricas desarrolladas y poner a prueba la intuición del investigador. Esta debía comprobarse con una perspectiva social más amplia a través de un cuestionario que permitiera observar ese sentimiento de novedad y el procesamiento cognitivo de cada informante, así

como constatar la importancia de diferentes factores sociales, la eficacia de estos y, obviamente, validar el empleo del criterio psicolingüístico en el reconocimiento de los neologismos. Tras la recopilación de datos de carácter sociolingüístico (estudiantes de grado en materias filológicas de Alicante y Murcia) en la propia encuesta, la segunda parte del cuestionario ofrecía una serie de cuestiones para valorar la neologicidad. De los seis términos propuestos, concluye que la percepción de los encuestados es compartida en cuatro de los seis términos, lo que confirma la efectividad del cuestionario como herramienta y la validez del criterio psicológico y lingüístico para detectar la neologicidad que puede presentar un término.

Los objetivos con los que parte María Tadea Díaz Hormigo en «Sobre la (obligada) recurrencia a la perspectiva cognitiva para afrontar los retos de la interpretación, traducción y transcripción de neologismos» son dar cuenta de la transferibilidad y aplicabilidad a la traductología de los resultados de investigaciones realizadas sobre un corpus de neologismos y corroborar la intervención de la competencia cognitiva a la hora de comprender/interpretar, traducir y transcribir un neologismo. La traducción a una lengua extranjera de un término de reciente creación o innovación léxica supone una dificultad muy grande; no obstante, debido a que la competencia cognitiva está presente en el mismo proceso de comprensión y conocimiento del nuevo concepto y en su propia interpretación, es la propia competencia cognitiva la que se postula como esencial para poder llevar a cabo la traducción de nuevas unidades léxicas. Para su investigación seleccionó una serie de neologismos y sus correspondientes contextos extraídos de tres fuentes de prensa. A continuación, contó con la colaboración de tres estudiantes de la *Università degli Studi Roma Tre* con altos conocimientos de la lengua española, cuya tarea consistió en traducir al italiano los neologismos requeridos, teniendo como base el contexto. La estrategia que emplearon para la traducción fue «traducción del candidato a neologismo de la lengua española por un neologismo difundido en la lengua italiana», lo que demuestra que la perspectiva cognitiva está presente tanto en el proceso de interpretación y decodificación de los neologismos como en el proceso de descripción, explicación y codificación en la lengua que se desea traducir.

María del Carmen Méndez Santos ofrece una reflexión sobre la enseñanza explícita del léxico en el aula de lenguas extranjeras en «Los mecanismos de formación de palabras como estrategia en las enseñanzas de léxico en el aprendizaje de español como lengua extranjera». Comienza su artículo con una breve explicación sobre cuáles han sido las posturas sobre la enseñanza de lenguas extranjeras con respecto al léxico a lo largo de los años para culminar con la idea de enseñanza del *Focus on form*, demostrando que la enseñanza explícita es una estrategia eficaz que da lugar a un aprendizaje de mayor calidad y duradero, por lo que la percepción, la atención y la conciencia comportan una base más sólida del conocimiento. Esta teoría la puso en práctica a modo de experiencia piloto en la Universidad de la Prefectura de Aichi (Japón), con estudiantes

de primer año del Grado de lenguas modernas con especialidad en español. Se analizaron tres grupos de estudiantes de los cuales en uno se impartió esta metodología y, tras realizar una prueba, Méndez confirma que se obtienen mejores resultados con una instrucción explícita sobre el léxico (concretamente sobre los mecanismos de formación de palabras derivadas en español), de manera que este método de enseñanza repercute en la velocidad de recuperación y en la cantidad del léxico aprendido.

En «La metonimia conceptual como estrategia clave en la motivación de fenómenos léxicos y gramaticales en el discurso gastronómico actual» Almudena Soto ofrece un estudio de fenómenos léxicos, semánticos y gramaticales de carácter neológico en el discurso gastronómico actual. Partiendo de los ideales de la Lingüística Cognitiva, Soto emplea la idea de metonimia conceptual, un procedimiento fundamental para el estudio de la cognición y el lenguaje humano caracterizado por activar un concepto o dominio (que actúa como vehículo transportador de información) que se comporta como meta a través de otro concepto que funciona como dominio fuente. En su estudio ha analizado expresiones metonímicas de carácter novedoso que aparecen recogidas en diferentes cartas y menús de restaurantes de cocina creativa o de autor de la Comunidad Valenciana. Ha empleado el criterio lexicográfico y el cronológico para comprobar que las expresiones identificadas como novedosas (según su percepción) no aparecieran recogidas en los diferentes diccionarios de la lengua y corpus. Determinada la naturaleza neológica, puso en práctica la teoría de la metonimia para analizar las diferentes proyecciones metonímicas que intervienen en la motivación de los fenómenos léxicos, semánticos y gramaticales, clasificados según el criterio de relación pragmática que se produce entre dominio fuente y dominio meta. Los resultados obtenidos se observan en doce proyecciones metonímicas diferentes que dan lugar a varios fenómenos como la derivación o la conversión. Además, estas proyecciones se realizan según las características del contexto en el que se desarrolla cada término, esto es, la gastronomía de autor en la actualidad, en la que la relevancia y el protagonismo del productor realza el producto y algunas de sus propiedades a través de otras características como el modo de elaboración o los utensilios empleados.

Por último, Érika Vega Moreno enfoca su estudio «Empleo de las creaciones léxicas en el lenguaje de la publicidad y su impacto en el destinatario» hacia la vitalidad que goza la constante creación léxica en el lenguaje publicitario con el fin de obtener una mayor eficacia comunicativa y provocar un mayor impacto en el receptor. Antes de ahondar en su estudio, Vega expone la problemática a la que se ve sometido el término de *creación léxica* o *neologismo* y, a continuación, explica cuáles son los diversos procedimientos que se llevan a cabo para su creación, ejemplificándolos con diferentes términos procedentes del lenguaje publicitario y explicando sus características fundamentales para comprender su utilización en el tipo de lenguaje mencionado. Al final de su artículo adjunta un anexo con los términos empleados.

En definitiva, el lector se encuentra ante una recopilación de investigaciones actuales y novedosas del ámbito de la neología que demuestran cómo la capacidad cognitiva humana es una herramienta fundamental para poder comprender e identificar este tipo de términos, verificando asimismo que un estudio de estas características no debe abordarse desde un único punto de vista.

Salvador Poveda Marín
Universidad de Alicante

Fecha de recepción: 2 de febrero de 2021

Fecha de aceptación: 3 de marzo de 2021