
Tú innovas, él innova y ella innova: la cualidad de neológico de las innovaciones léxicas de hombres y mujeres

Paola Cañete*^{†1} and Elisabet Llopart Saumell*^{‡2,3}

¹Universidad de Concepción – Chili

²Universitat d'Alacant – Espagne

³Universitat Pompeu Fabra – Espagne

Résumé

Diversos estudios realizados en el área de la fonética, la morfosintaxis y el léxico indican que mujeres y hombres tienen comportamientos lingüísticos distintos. Estas diferencias, según Chambers (1995/2009), pueden ser el resultado de una asignación de funciones socio-culturales diferentes. Sin embargo, Bailly (2008) matiza estas afirmaciones al señalar que los rasgos lingüísticos que distinguen el habla de mujeres y hombres no siempre representan diferencias absolutas, sino que muchas veces se trata de preferencias de uno de los géneros (sin ser exclusivas de uno en particular). A partir de estas ideas, Cañete (2016) realizó un estudio sobre el impacto de la variable género en la innovación léxica de mujeres y hombres en textos periodísticos españoles, y una de las conclusiones a las que llegó fue que, cuantitativamente, los hombres son más innovadores que las mujeres, ya que en sus textos se observó una mayor cantidad de neologismos que en los de ellas. En el presente trabajo queremos complementar estos resultados cuantitativos con un análisis cualitativo partiendo de la idea de que algunas innovaciones léxicas son más novedosas que otras, en relación con aspectos morfosemánticos, sociolingüísticos, pragmáticos y discursivos (Rey, 1976). De esta manera, en este análisis tenemos en cuenta que no todos los neologismos tienen el mismo valor en relación con la cualidad de neológico y, por tanto, de innovador o novedoso. Para realizar este análisis cualitativo, nos basamos en la propuesta metodológica diseñada por Llopart-Saumell (2016), que nos permite analizar estos aspectos a partir de una serie de criterios relacionados con el conocimiento del mundo, el uso, la estabilidad, la novedad, la posición discursiva y el contexto discursivo de la unidad léxica analizada. Originariamente, este diseño metodológico fue creado para estudiar la función comunicativa de los neologismos, partiendo de la base de que la intención comunicativa "influye decisivamente en las elecciones lingüísticas [...]" (Escandell-Vidal, 2015: 89). No obstante, observamos que también es útil para estudiar los diferentes tipos de novedad o grados de neologicidad (Freixa, 2010): la novedad objetiva, en relación a la primera documentación, y la novedad funcional o de juicio de la novedad, relacionada con el ámbito pragmático y sociológico (Rey, 1976: 12-13). El corpus de este trabajo está compuesto por aproximadamente 100 neologismos extraídos de las secciones Cultura, Economía e Internacional de periódicos españoles (*ABC*, *La Vanguardia* y *El País*). De acuerdo con lo que plantean algunos estudios con respecto al mayor uso de variantes

*Intervenant

[†]Auteur correspondant: pcanete@udec.cl

[‡]Auteur correspondant: elisabet.llopart@upf.edu

estándares por parte de las mujeres y la mayor libertad lingüística que sienten los hombres con respecto a las reglas, queremos comprobar si la aplicación de estos criterios nos permite observar un mayor uso de neologismos con un carácter más neológico por parte de los hombres, es decir, si sus neologismos son más transgresores y menos esperables. O, en otras palabras, si sus neologismos no presentan una función meramente referencial y, además, se desvían de las reglas de formación de palabras y de la norma.

Mots-Clés: neologismo, género, novedad, norma, transgresión