



IZKUNTZALARI GAZTEEN ELKARTEA ASOCIACIÓN DE XOVES LINGÜISTAS
ASSOCIACIÓ DE JOVES LINGÜISTES ASOCIACIÓN DE JÓVENES LINGÜISTAS

XIX ENCUENTRO DE LA ASOCIACIÓN DE JÓVENES LINGÜISTAS (AJL)
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA, 10-12 MARZO 2004

“La Pragmática Léxica y la Negociación del Significado”

Sergio Maruenda Bataller

Uno de los problemas básicos con los que se ha enfrentado la semántica léxica a la hora de dar cuenta del significado de las palabras es la dificultad que entraña separar el conocimiento lingüístico del conocimiento enciclopédico. Tal distinción parece arbitraria si atendemos a criterios lexicográficos. Esta dificultad tiene su punto de partida en la aparente multiplicidad de usos de una forma léxica debido a sus relaciones situacionales (Carston 2002; Cruse 1986; Sperber & Wilson 1995, 1998, 2000; Wilson & Sperber 2002a,b). Entre las propuestas de solución la idea más extendida es la de un sentido general, abstracto, que puede ser ‘ajustado’ en contexto, variando la accesibilidad de determinados aspectos del significado. El problema con esta estrategia estriba en el hecho de que no tiene en cuenta ningún tipo de sistematicidad, a la vez que amenaza la operabilidad del (suspuestamente no-negociable, v. Fodor 2001) principio de composicionalidad.

La pragmática léxica es un campo de investigación de creciente interés que trata de dar cuenta de los fenómenos pragmáticos que tienen relación con la no-especificidad semántica de ítems léxicos. Los últimos desarrollos de la Teoría de la Relevancia (Carston 2002; Sperber & Wilson 2000; Wilson & Sperber 2002^{a,b}; Wilson, en prensa) han contribuido enormemente al desarrollo del campo y sus propuestas han despertado gran interés, especialmente por lo que respecta a los procesos lexico-pragmáticos que inciden en la comunicación explícita. Así pues, para la Teoría de la Relevancia, la distinción entre semántica y pragmática puede también darse a nivel léxico.

El objetivo de este trabajo es dar cuenta de los procesos de naturaleza pragmática que inciden en la negociación de significado léxico. Desde el análisis del discurso y la pragmática social, la comunicación es un proceso de negociación donde las contribuciones se ajustan a las necesidades y a las habilidades cognitivas y sociales de los hablantes. Siguiendo el modelo de comunicación ostensivo-inferencial propuesto por la Teoría de la Relevancia, concebimos la negociación del significado como un proceso flexible y constante derivado de nuestra habilidad comunicativa y metarrepresentacional para maximizar la relevancia de nuestros enunciados, en la base del significado cultural (Garcés y Bou, en prensa). Además de los procesos de reducción conceptual (*concept narrowing*) y uso impreciso (*loose use*), este trabajo propone dos nuevos procesos surgidos del análisis de datos reales: *concept merging* (fusión conceptual) y *ad-hoc conceptual categories* (categorías conceptuales ad-hoc)