

**Lavale-Ortiz, Ruth María (ed.) (2020). *Cognitivismo y neología: estudios teóricos y aplicados*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert. 202 páginas**

NACHO ESTEBAN FERNÁNDEZ  
Universidad Complutense de Madrid, España  
[igesteba@ucm.es](mailto:igesteba@ucm.es)  
<https://orcid.org/0000-0003-3299-134X>

*Cognitivismo y neología* acoge contribuciones de ocho profesoras pertenecientes a universidades del sur, sureste y este de España (UCA, UM, UA y UCV) en torno a la neología desde una perspectiva cognitivista en los ámbitos de la neurolingüística, sociolingüística, traductología, enseñanza del español como lengua extranjera (ELE) y los discursos gastronómico y publicitario. En los cuatro primeros capítulos prima la reflexión teórica, mientras que los cuatro últimos se centran en la dimensión aplicada; no obstante, en todos se atiende tanto al marco teórico como a los estudios y ejemplos que lo avalan. Además, tres de las investigaciones —las de Lavale-Ortiz, Barrajón y Provencio— se enmarcan en el mismo proyecto sobre neología verbal, lo que por un lado provee una metodología común que permite compararlas y redundar en una mayor solidez de los resultados y, por otro, restringe la diversidad de enfoques, aplicaciones y ejemplos del bloque teórico.

La neología arrastra una delimitación teórica insuficiente que afecta también a sus aspectos prácticos (Sánchez Ibáñez 2018; Lavale-Ortiz 2019; Barrajón y Provencio 2021). Como punto de partida, puede definirse como el proceso de cambio lingüístico por el que se crean formas y sentidos nuevos: los neologismos (Lavale-Ortiz 2019). Las formas nuevas (significantes) corresponden a la llamada *neología formal* y los sentidos nuevos (significados) para formas ya existentes en una lengua constituyen la *neología semántica*; aunque hay clasificaciones más amplias, pueden reducirse a esta dicotomía tradicional, con mecanismos diferenciados para formar palabras (Díaz Hormigo 2020).

Otra distinción clásica, que recoge Varo Varo en su capítulo introductorio, diferencia la neología por necesidad denominativa (*neonimia*) de la estilística, motivada por la “mera intención apelativa” (*neología espontánea*). Sin embargo, es posible afirmar que los neologismos reflejan siempre una necesidad expresiva del hablante en tanto que obedecen a una estrategia comunicativa más allá de cubrir un vacío léxico (Díaz Hormigo y Vega Moreno 2018; Lavale-Ortiz 2019; Sánchez Ibáñez 2021).

**Para citar esta reseña:** Esteban Fernández, N. (2022). Lavale-Ortiz, R. M. (Ed.) (2020). *Cognitivismo y neología: estudios teóricos y aplicados*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert. *ELUA*, (37), 339-346. <https://doi.org/10.14198/ELUA.20795>



Debemos partir asimismo del reconocimiento de que la complejidad de la neología impone su estudio multidisciplinar y en relación con el funcionamiento general del lenguaje, esto es, qué mecanismos computacionales y asociativos posibilitan los procesos de creación e interpretación neológica. Precisamente la contribución de Varo Varo plantea el reto de explicar el procesamiento en tiempo real del habla y su adquisición en consonancia con el conocimiento actual sobre el funcionamiento del cerebro, inclusive en casos de disfunción. Para ello, aúna las tesis distribucional y componencial del conocimiento lingüístico postulando tanto un modelo de organización semántico-conceptual en redes según vínculos experienciales y de similitud como un mecanismo de análisis combinatorio, basados ambos en la frecuencia y el contexto y dirigidos por la atención y la experiencia (*vid.* Varo Varo 2013).

Al precisar la participación de mecanismos mentales específicos, la neología “conecta con una estrategia comunicativa de marcada tendencia apelativa” que pone en marcha un proceso heurístico de atención controlada (“focalización dinámica”) en el que se activan aquellas propiedades relevantes para su interpretación y se inhiben otras en pos de la eficiencia, tal y como sucede en la proyección metafórica y metonímica (Varo Varo *et alii* 2009; Varo Varo 2013, 2019). Este proceso incluye el enriquecimiento contextual a partir de las experiencias sensoriomotoras, emocionales, episódicas y lingüísticas, que contribuyen a generar nuevos esquemas de interpretación, pues “el significado emana de las relaciones con otras representaciones mentales a su vez derivadas de nuestra interacción con el mundo” (p. 27).

La autora ilustra con ejemplos reales el funcionamiento de este mecanismo cognitivo atencional al contraponer la diacronía semántica del formante *eco* (*cf.* Sáez 2016) con la recuperación del significado primigenio de *auto-* y *tele-*, que podrían parecer totalmente lexicalizados —como recuerda Sánchez Ibáñez (2018), la composición culta es mucho menos transparente y estable que la patrimonial—. Al considerar la competencia lingüística como parte de la competencia cognitiva, constata la especificidad del neologismo en términos de procesamiento frente al de significados convencionales y metáforas consolidadas (Varo Varo *et alii* 2009; Varo Varo 2013, 2019; Vega Moreno y Llopart Saumell 2017; Barrajon y Provencio 2021).

En el volumen, Varo Varo y Lavale-Ortiz coinciden en señalar la neología como un fenómeno natural vinculado al devenir del mundo. El ser humano posee una capacidad innata para detectar y adaptarse a la novedad y la neología es reflejo de ello: al percibir un vacío lingüístico —denotativo o connotativo— para dar cuenta de la realidad, los hablantes crean voces con los matices que desean expresar (Lavale-Ortiz 2019). Se hallan implicados, por tanto, procesos generales de la cognición (atención, memoria y categorización) y la base experiencial de cada individuo (cultural, histórica, psicológica y social). Respecto a los primeros, resume Lavale-Ortiz al inicio de su capítulo:

- 1) los neologismos son elementos lingüísticos que destacan atencionalmente sobre el fondo discursivo por la sorpresa que generan en el usuario, ya que, por su carácter novedoso, contrastan con el conocimiento lingüístico que los individuos tienen almacenado en la memoria; 2) en la comprensión de las voces neológicas, el usuario acude al conocimiento lingüístico almacenado en la memoria semántica o a largo plazo, que incluye un conocimiento morfosintáctico, léxico y semántico; 3) este conocimiento almacenado se organiza en dominios conceptuales a través de procesos de categorización que ordenan los elementos gradualmente en categorías entendidas en términos de efectos prototípicos, de forma que los miembros que se incluyen en su interior cumplen una serie de rasgos y mantienen parecidos familiares, pero también presentan diferencias (pp. 36-37).

De esta manera, el esfuerzo cognitivo dependerá del grado de novedad de un neologismo para cada individuo y comunidad, por lo que constituye una categoría subjetiva, gradual, dinámica y abierta, organizada en un continuo de tipicidad o “neologicidad” según su familiaridad con unidades y patrones conocidos (Vega Moreno y Llopart Saumell 2017; Lavale-Ortiz 2019; Barraji3n L3pez y Lavale-Ortiz 2020; Barraji3n y Provencio 2021). Los criterios de uso general para determinar la neologicidad de un t3rmino se dividen, seg3n Vega Moreno y Llopart Saumell (2017), en aquellos de obligado cumplimiento —psicol3gico, lexicogr3fico y difusi3n— y complementarios —cronol3gico e inestabilidad—, si bien cabe a3adir otros en tanto ninguno es suficiente y su concreci3n suele resultar arbitraria. Mientras que en la praxis lexicogr3fica ha primado la utilizaci3n de diccionarios como filtros de exclusi3n, la visi3n cognitivista antepone la intuici3n o percepci3n del hablante (“sentimiento de novedad”), posteriormente contrastada con corpus lexicogr3ficos y textuales.

Lavale-Ortiz abunda en la insuficiencia del criterio lexicogr3fico frente al psicol3gico: si bien resulta pr3ctico por facilitar una metodolog3a sistem3tica, coherente y cuantificable, toma como referencia el resultado de un proceso artificial regido por un criterio “sancionador y normativo” de dudosa objetividad (M3ndez Santos 2011; Barraji3n y Provencio 2021; S3nchez Ib3ñez 2021). Tanto su cap3tulo como el de Barraji3n abogan por el criterio psicoling33stico como “3nico m3todo natural” para definir, identificar y clasificar los neologismos, con los dem3s criterios para comprobar su difusi3n en la comunidad de habla (Lavale-Ortiz 2019). No obstante, la “intuici3n personal del investigador” tambi3n es un filtro cuestionable, tal como atestigua la abundante presencia de terminolog3a ling33stica en el *Diccionario de la lengua espa3ola* (S3nchez Mu3ño 2015). Barraji3n, Provencio y D3az Hormigo confrontan en este volumen su percepci3n neol3gica con la de otras investigadoras y estudiantes, pero sigue prevaleciendo un sesgo de especializaci3n por su “espec3fica formaci3n” ling33stica (p. 90).

Lavale-Ortiz, Barraji3n y Provencio comparten corpus de estudio (BOBNEO) y m3todo de clasificaci3n de la neologicidad (Barraji3n y Provencio 2021): *clara* o *compleja* (protot3pica), *intermedia* y *marginal* o *transparente* (perif3rica). De los verbos neol3gicos identificados por Lavale-Ortiz, casi tres cuartos eran transparentes, es decir, poco sorprendentes y f3ciles de interpretar. Entre los neologismos complejos que comenta, dos merecen una explicaci3n adicional a la de la autora. Por un lado, el diccionario acad3mico registra desde 2001 el sustantivo *reificaci3n* (‘cosificaci3n’), concepto de las teor3as marxistas y gest3lticas adaptado del ingl3s; como sugiere su significado, el verbo neol3gico *reificar* se forma a partir de las ra3ces latinas *res*, *rei* (‘cosa’) y *-ficar* (de *facere*, ‘hacer’).

*Taldear*, por su parte, es un chilenuismo procedente del sustantivo *taldo*, ‘risa descontrolada al teclear, representada mediante una combinaci3n semialeatoria de caracteres’ (p. ej. *sndksmdodkfcfnfoxp*); as3, *taldear(se)* designa de forma general ‘re3r nerviosamente por verg3enza’ e incluso puede aparecer con un sentido figurado similar al de *morir(se) de la emoci3n*. Su origen probablemente se encuentre en Super Taldo, una celebridad del internet chileno que viv3a con s3ndrome de Tourette y dio lugar, por analog3a, al verbo *taldearse*, ‘congelarse la pantalla del ordenador’; no es dif3cil identificar el sema com3n ‘bloqueo’ (inform3tico/mental) en ambas acepciones.

El texto de Barraji3n se centra en la neolog3a por pr3stamo, subtipo de la neolog3a formal (Varo Varo *et alii* 2009; Vega Moreno y Llopart Saumell 2017; Barraji3n y Provencio 2021). La distingue de los neologismos culturales —aquellos que reflejan la realidad cultural de

una sociedad— por el componente enciclopédico que exige la interpretación de estos, si bien el experimento no arroja diferencias destacables entre ambos. En torno a dos tercios de los verbos neológicos eran marginales (transparentes), algunos incluso recogidos en el diccionario académico de 2017 (*hackear*, *retuitear*, *tuitear* y *tunear*), a los que habría que añadir *textear* (desde 2019) —sin relación con *testear*— y *troleear* (2020), así como las variantes *cliquear* y *clicar* (2017), ya presentes en el *Diccionario panhispánico de dudas* (2005). Aunque ninguna de las dos obras contempla *bloguear*, el diccionario incluye desde 2012 *bloguero*, *-a*.

Los resultados del experimento muestran una discordancia significativa en cuanto al sentimiento neológico que despertan en los informantes los verbos analizados, especialmente los préstamos no culturales. En una primera clasificación, se encontraron cinco discrepancias (10%); en la posterior encuesta a estudiantes, se preguntó sobre seis neologismos: mientras que los indicadores de sorpresa, comprensibilidad y definibilidad eran más o menos congruentes con la clasificación previa de dos o tres, en el resto no se ajustaron a ella. Una de las discordancias sucedía incluso entre extremos del continuo: *troleear* fue clasificado inicialmente como neologismo claro pese a que los estudiantes manifestaron que no les causaba sorpresa ni dificultades para comprenderlo y definirlo. Esta diferencia, atribuible quizá al factor etario, invita a reconsiderar la “intuición” de quien investiga como primer filtro discriminador.

La percepción variable de un mismo neologismo es inherente a su naturaleza subjetiva, ya que su interpretación depende del conocimiento lingüístico y sociocultural de cada individuo. Así lo reconoce Provencio en su contribución cuando afirma sobre el verbo neológico *poguear*:

Nos resultó extraño porque no lo teníamos almacenado en nuestra memoria, desconocíamos el significado de su base léxica (*pogo*), no estaba registrado en diccionarios y se documentaba en los corpus *CORPES XXI* y *CENOW* con una frecuencia absoluta relativamente baja, así pues, era desconocido para la comunidad de habla. Además, *poguear* se usa en los conciertos de música muy moderna, un ámbito con el que no estamos muy familiarizados (p. 92).

A pesar de que en este ejemplo coincidieron la clasificación inicial (neologismo claro) y los resultados de la encuesta a estudiantes, cabe añadir algunas puntualizaciones. Aunque de los seis neologismos analizados fue el que causó mayor sorpresa y dificultad de comprensión, esto no fue así para un tercio y casi la mitad de los encuestados, respectivamente. El hecho de que fuera el segundo término con menos errores al definirlo, con menor reconocimiento de la base léxica, menos conocido por la población general y más extendido en el grupo por debajo de 30 años, así como el tercero más informal, según los informantes, parece ubicarlo más bien como un sociolectismo —si bien no relativo a música “muy moderna”, pues el término *pogo* como tipo de baile se documenta desde los años 70—, lo que explicaría su escasa presencia en corpus. Depender exclusivamente del conocimiento sociocultural del investigador para reconocer neologismos implica, pues, un sesgo claro a favor de unos ámbitos en detrimento de otros minoritarios.

El capítulo de Díaz Hormigo inaugura los estudios aplicados en la obra considerando los neologismos en el ámbito de la traducción e interpretación. Como señalaban Díaz Hormigo y Vega Moreno (2018), identificar las estrategias y procedimientos interlingüísticos puestos

en marcha puede contribuir a afrontar posibles dificultades de traducción; Díaz Hormigo concluye, por ejemplo, que los neologismos formados por afijación y composición resultan más sencillos de traducir. Su experimento evalúa las traducciones realizadas por una muestra de tres erasmus italianas de Mediación; al igual que un traductor profesional, además de la norma y competencia lingüística interiorizadas, las informantes contaban con una competencia cognitiva especializada para llevar a cabo la tarea. Por ello sorprende que, al valorar sus traducciones mediante paráfrasis, se afirme lo siguiente:

No fueron capaces de verter el contenido expresado por el potencial neologismo español a una palabra lexicalizada de la lengua meta, el italiano, ni a un neologismo real ni a una palabra de nueva creación en el momento de realización de la actividad. Ello nos indica que [...] la captación de lo que se quiere expresar por el referido neologismo sí se llevó a cabo con éxito, pero que esta competencia cognitiva no tuvo correspondencia en la competencia lingüística, pues no se pudo acondicionar este concepto expresado previamente por el neologismo español a una unidad léxica de la lengua meta (p. 128).

Como demuestra la experiencia con culturemas (Luque Nadal 2009), la paráfrasis es un procedimiento de traducción ajustado a la competencia lingüística cuando no existe una unidad léxica conocida en la lengua meta. La creación de una palabra nueva no indica necesariamente una mayor competencia lingüística ni es siempre la solución más eficaz al traducir. De hecho, el experimento de Méndez Santos en la obra reseñada muestra que las paráfrasis de socorro forman parte de la competencia comunicativa ante un eventual déficit léxico.

Aunque no lo explicita en el título de su contribución, Méndez Santos presta una especial atención al aspecto afectivo en ELE. Al igual que Díaz Hormigo (2011) y Serrano-Dolader (2019), insiste en la relevancia de enseñar los mecanismos morfológicos de formación de palabras atendiendo a las circunstancias de los aprendientes. Los tres autores concuerdan en seleccionar los mecanismos más productivos y regulares, clasificados según significados y valores para evidenciar las asociaciones entre ellos. Aparte de una mayor rentabilidad de uso, con ello se persigue un objetivo afectivo: hacer sentir a los aprendientes que no parten de cero y empoderar su sensación de control sobre la lengua para evitar sentimientos de desmotivación (Méndez Santos 2019).

Méndez Santos da cuenta de las principales teorías en materia de ELE y su imbricación con las tesis cognitivistas; en concreto, propone aprovechar la organización del lexicón mental en redes semánticas en vez de enseñar “listados de palabras largas y sin sentido” (p. 139). Aboga por un enfoque oral basado en la competencia comunicativa, la frecuencia de uso y la automatización, para lo cual considera más útiles contenidos cercanos a los discentes y actividades de impacto emocional. Con las limitaciones del trabajo de campo, presenta los resultados de una experiencia didáctica en condiciones naturales de aula, que respaldan las ventajas de este modelo de enseñanza en cuanto a cantidad de léxico aprendido, comprensión, velocidad de recuperación y actitud positiva de aprendizaje al proveer de estrategias de compensación.

Las dos últimas aportaciones orbitan en torno a usos persuasivos de la neología. Soto Nieto repara en la utilización de metonimias conceptuales en la gastronomía con un objetivo comercial: informar al posible consumidor y llamar su atención mediante la sorpresa para seducirlo y enriquecer su experiencia culinaria. Denotación y connotación se ponen al servicio de cualidades valorativas positivas del plato para lograr un efecto estilístico embe-

llecedor. Los neologismos no responden aquí a una necesidad denominativa “objetiva” ni a la economía lingüística, sino a una necesidad subjetiva de expresividad con una intención comunicativa determinada (Estornell Pons y Soto Nieto 2016). Este lenguaje “novedoso y sofisticado” traslada la “innovación y sofisticación que ha experimentado el ámbito culinario en los últimos años” (*ib.*).

Tanto la metáfora como la metonimia conceptuales son mecanismos frecuentes y altamente rentables en la neología semántica, con influencia en el nivel gramatical (gramaticalización, recategorización...). La proyección selectiva de las propiedades de un dominio de partida sobre un dominio meta (Varo Varo 2013) permite la activación de elementos conectados experiencial y conceptualmente, da tal modo que una entidad conceptual remite a otra cuyas características reclama para sí. Esto delata la capacidad de asociación como mecanismo cognitivo fundamental y explica la escasa frecuencia de creaciones *ex nihilo* (Vega Moreno 2018; Barrajón y Provencio 2021).

El capítulo final de Vega Moreno revela una función pragmática similar de la neología en el ámbito publicitario. Ambos dominios comparten la intención de atraer la atención sobre el mensaje mediante la sorpresa causada por la novedad (Barrajón López y Lavale-Ortiz 2020). La naturaleza innovadora de la publicidad favorece el uso de neologismos de carácter denominativo al presentar nuevos referentes (productos o servicios), pero también por motivos expresivos o estilísticos, dado su fin persuasivo (Vega Moreno y Llopart Saumell 2017). Para ello se sirve de todos los recursos que ofrece cada canal de difusión, si bien en este caso sí prima la eficacia comunicativa para maximizar la repercusión minimizando el coste (Vega Moreno 2018; Barrajón López y Lavale-Ortiz 2020).

Destacan, por tanto, mecanismos composicionales como la acronimia, la composición culta y la sufijación, caracterizados por su brevedad y claridad (Vega Moreno 2018), frente al juego de palabras, de gran resonancia, pero más complicado de descifrar. A menudo se acompañan asimismo de estrategias tipográficas que facilitan su interpretación y potencian su impacto visual (Barrajón López y Lavale-Ortiz 2020). Llama particularmente la atención el uso de la composición culta como garantía de calidad, eficacia y fiabilidad basadas en la científicidad y fuentes de autoridad. Aunque esta tecnificación favorece la banalización del educto resultante por su efectismo, concisión y aparente transparencia (Sáez 2016; Barrajón y Provencio 2021), los resultados de Varo Varo (2013) apuntan que estos compuestos dependen con mayor frecuencia del contexto para su interpretación.

En suma, *Cognitivismo y neología* contiene, sin lugar a duda, valiosas reflexiones con gran riqueza de ejemplos en la intersección de ambos dominios. La apuesta por un enfoque y marco teórico uniformes robustece los planteamientos cognitivistas, así como la validez de los resultados, a cambio de una menor variedad de perspectivas. Algunas de las disciplinas que podrían completar la obra, necesariamente limitada, son la gramática, la terminología, la lingüística clínica (*vid.* Díaz Hormigo y Vega Moreno 2018) y, muy especialmente, la lexicografía, cuyas teoría y práctica difieren en cierta medida de los postulados aquí presentados.

En concreto, pueden resultar de interés aspectos como la neología en prensa (Méndez Santos 2011) y en redes sociales (González Fernández 2017), la inestabilidad ortográfica y semántica, los niveles de la lengua (efectos sobre la fonología, neomorfemas, funciones pragmadiscursivas...), la variación sociolingüística (diatópica, diagenacional, diaérgica...), la creatividad infantil y despreciativa o el lenguaje inclusivo y eufemístico, ya que

los neologismos también pueden surgir de la necesidad social y política de reemplazar una denominación considerada inadecuada (Díaz Hormigo y Vega Moreno 2018). En una línea similar, convendría reflexionar sobre los factores que condicionan la aceptabilidad y, por ende, el éxito de un neologismo, como el prestigio de su creador, medio de difusión o institución que lo valida (*ib.*; Sánchez Ibáñez 2021).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrajón, E. y Provencio, H. (2021). “Hacia una clasificación de los verbos neológicos en español: criterios para su delimitación”, *Boletín de la Real Academia Española*, 101(323), pp. 5-51: <https://revistas.rae.es/brae/article/view/462/944> (28-08-2021).
- Barrajón López, E. y Lavale-Ortiz, R. M. (2020). “Neologismos verbales y conocimiento compartido en el discurso publicitario”. En Bagué Quílez, L. y Rodríguez Rosique, S. (coords.). *Del tópico al eslogan: discurso, poesía y publicidad*. Madrid: Visor Libros, pp. 27-42.
- Díaz Hormigo, M.<sup>a</sup> T. (2011). “Formación de palabras y ELE: una propuesta didáctica para la enseñanza de la formación de verbos por prefijación en español a discentes italianos”, *redELE*, 8(22): <https://hdl.handle.net/11162/82985> (28-08-2021).
- Díaz Hormigo, M.<sup>a</sup> T. (2020). “Precisiones para una caracterización lingüística de la neología semántica”, *ELUA*, 34, pp. 73-94. <https://doi.org/10.14198/ELUA2020.34.3>.
- Díaz Hormigo, M.<sup>a</sup> T. y Vega Moreno, É. (2018). “Algunas de las aplicabilidades actuales de las investigaciones en neología y sobre los neologismos”, *Pragmalingüística*, 26, pp. 54-68. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2018.i26.03>.
- Estornell Pons, M.<sup>a</sup> y Soto Nieto, A. (2016). “La metáfora y la metonimia como procedimientos de creación neológica en el discurso gastronómico actual”, *Tonos digital*, 30: <https://hdl.handle.net/10201/47851> (28-08-2021).
- González Fernández, A. (2017). “Estudio de neologismos a través de *big data* en un corpus textual extraído de Twitter”, *ELUA*, 31, pp. 171-186. <https://doi.org/10.14198/ELUA2017.31.09>.
- Lavale-Ortiz, R. M. (2019). “Bases para la fundamentación teórica de la neología y el neologismo: la memoria, la atención y la categorización”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 80, pp. 201-226. <https://doi.org/10.5209/clac.66608>.
- Luque Nadal, L. (2009). “Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?”, *Language Design*, 11, pp. 93-120: [https://elies.rediris.es/Language\\_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf](https://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf) (28-08-2021).
- Méndez Santos, M.<sup>a</sup> C. (2011). *Los neologismos morfológicos del español en el lenguaje de la prensa. Estudio de la lexicogénesis del español a través de la prensa del español actual*. Alemania: EAE.
- Méndez Santos, M.<sup>a</sup> C. (2019). “Estudios sobre la desmotivación del alumnado en el aprendizaje formal de lenguas extranjeras: estado de la cuestión”, *Études romanes de Brno*, 40(1), pp. 99-122. <https://doi.org/10.5817/ERB2019-1-7>.
- Sáez, J. (2016). “Sobre neología y contextos de uso: análisis pragmalingüístico de lo ecológico y de lo sostenible en normativas y páginas web de promoción turística”, *Ibérica*, 31, pp. 175-197: [https://www.aelfe.org/documents/31\\_08\\_IBERICA.pdf](https://www.aelfe.org/documents/31_08_IBERICA.pdf) (28-08-2021).
- Sánchez Ibáñez, M. (2018). “Definiendo ‘en positivo’ los neologismos formales: hacia un análisis cuantitativo de la correlación entre sus características”, *Pragmalingüística*, 26, pp. 349-372. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2018.i26.17>.
- Sánchez Ibáñez, M. (2021). *La (neo)lógica de las lenguas. ¿Por qué no podemos dejar de crear palabras?* Madrid: Pie de Página.
- Sánchez Muíño, M. Á. (2015). *La terminología lingüística en la edición electrónica del DRAE 2003* [trabajo de fin de máster]. Galicia: Universidade da Coruña: <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/15743> (28-08-2021).

- Serrano-Dolader, D. (2019). *Formación de palabras y enseñanza del español LE/L2*. Londres/Nueva York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315544120>.
- Varo Varo, C. (2013). “Aproximación teórico-práctica al procesamiento lingüístico de neologismos léxicos”, *Signos*, 46(81), pp. 132-152. <https://doi.org/10.4067/S0718-09342013000100006>.
- Varo Varo, C. (2019). “Análisis comparativo temporal de los procesos de reconocimiento de usos neológicos formales y semánticos”, *ELUA*, 33, pp. 195-209. <https://doi.org/10.14198/ELUA2019.33.10>.
- Varo Varo, C.; Díaz Hormigo, M.<sup>a</sup> T., y Paredes Duarte, M. J. (2009). “Modelos comunicativos y producción e interpretación neológicas”, *Revista de Investigación Lingüística*, 12, pp. 185-218: <https://revistas.um.es/riil/article/view/91621/88271> (28-08-2021).
- Vega Moreno, É. (2018). “Acercamiento al estudio de las unidades neológicas en el sector publicitario de la alimentación”, *Actas do XIII Congreso Internacional de Lingüística Xeral*, pp. 912-919: <https://cilx2018.uvigo.gal/actas/pdf/653342.pdf> (28-08-2021).
- Vega Moreno, É. y Llopart Saumell, E. (2017). “Delimitación de los conceptos de *novedad* y *neologicidad*”, *RILCE*, 33(3), pp. 1416-1451. <https://doi.org/10.15581/008.33.3.1416-51>.