

Título: LAS MARCAS DE USO EN LA LEXICOGRAFÍA BILINGÜE: ESPAÑOL-INGLÉS / LABELS IN BILINGUAL LEXICOGRAPHY: SPANISH-ENGLISH

Nombre: Torres Medina, Dolores

Universidad: Universidad de La Laguna

Departamento: Filología inglesa y alemana

Fecha de lectura: 14/01/2016

Programa de doctorado: FILOLOGIA

Dirección:

> **Director:** Alejandro Fajardo Aguirre

Tribunal:

> **presidente:** DOLORES COVADONGA CORBELLA DÍAZ

> **secretario:** JUTTA LANGENBACHER LIEBGOTT

> **vocal:** EVA MARIA GÜIDA

Descriptor:

> LINGUISTICA APLICADA

> LEXICOGRAFIA

> TRADUCCION E INTERPRETACION

> ENSEÑANZA DE LENGUAS

El fichero de tesis ya ha sido incorporado al sistema

Localización: LAS MARCAS DE USO EN LA LEXICOGRAFÍA BILINGÜE: ESPAÑOL-INGLÉS / LABELS IN BILINGUAL LEXICOGRAPHY: SPANISH-ENGLISH

Resumen: El objetivo de este trabajo es analizar cómo determinados diccionarios bilingües español-inglés definen y emplean los sistemas de marcación en los que se agrupan las marcas lexicográficas referidas al nivel, registro y estilo, tales como coloquial, culto, despectivo, eufemístico, humorístico, infantil, insultante, irónico, jerga, literario, peyorativo y vulgar. Este estudio tiene sus límites en la sincronía y se centra en los diccionarios español-inglés más representativos y utilizados que se han publicado en los últimos años.

El punto de partida es el español con el fin de comprobar si en la traducción que se hace de los vocablos españoles al inglés se aporta algún tipo de marcación. Por tanto, se adopta una perspectiva unidireccional español-inglés, lo que permite ver la importancia de las marcas desde dos perspectivas diferentes: activa, en la medida en que el hablante español construye un texto en inglés y, por otra parte, pasiva en lo que concierne al usuario angloparlante, que utiliza el diccionario bilingüe para descodificar y entender un texto en español.

La parte central de este estudio, que pretende ser su aportación original, se dedica a comparar los diccionarios seleccionados con la finalidad de extraer datos que nos permitan:

-Valorar críticamente cómo se justifica en los prólogos la utilización de las marcas lexicográficas de uso.

-Examinar el rigor de cada diccionario en la definición de este sistema de marcas.

-Abordar los aspectos formales del empleo de las marcas en la macroestructura y en la microestructura del diccionario; esto es, la inclusión de abreviaturas comunes en el índice, la confusión de marcas lexicográficas con las abreviaturas o el uso de abreviaturas y/o símbolos para representar las marcas.

-Analizar el lugar y función de las marcas lexicográficas de uso dentro de la microestructura del artículo y su aplicación a acepciones y lemas.

-Hacer una valoración de los criterios ¿o la carencia de ellos¿ que aplican los diccionarios para incluir en su estructura determinadas marcas y para excluir otras.

-Cotejar la cantidad y calidad del uso de marcas en los diccionarios seleccionados.

-Extraer conclusiones sobre la sistematicidad, coherencia y utilidad de las marcas lexicográficas de uso en los diccionarios bilingües español-inglés.

La marcación es, por tanto, el concepto clave en este trabajo y, por ello, se analiza cómo ha sido tratado en la teoría lexicográfica. La revisión teórica del tratamiento de las marcas de uso en la metalexigrafía permite ver de qué manera ha sido abordado el concepto de marcación, así como de las diferentes propuestas de clasificación de las marcas. Por otra parte, los conceptos de nivel, registro y estilo se tratan desde la perspectiva sociolingüística, cuya aportación sobre el uso de las palabras en los diferentes contextos es fundamental para la práctica lexicográfica. Otro importante concepto es la equivalencia, central en la lexicografía bilingüe. Su estudio muestra que son escasos los trabajos metalexicográficos relativos a este importante aspecto y de ahí la necesidad de que se aborde con profundidad, tanto en la teoría como en la elaboración de los diccionarios bilingües.

Con respecto a la selección del corpus, se ha llevado a cabo en función de cuatro parámetros:

-Estudio del corpus agrupado por categorías de marcas.

-Análisis del corpus atendiendo a una doble perspectiva: el español como lengua origen y el inglés como lengua meta.

-Comparación del uso de las marcas en ambas lenguas a partir de los datos recopilados en las tablas.

-Cuantificación del uso total de las marcas en cada uno de los diccionarios.

Todos los datos se presentan por medio de gráficos, que permiten dilucidar tanto aspectos cualitativos como cuantitativos del análisis de las marcas en las fuentes lexicográficas bilingües usadas para tal fin.

Finalmente, el análisis del corpus ha permitido llegar a las siguientes conclusiones:

-Las categorías de marcas no son cerradas, pues cuentan con unos rasgos centrales y otros periféricos, lo que puede dar lugar a zonas de intersección con otras categorías.

-Se observa que los diccionarios emplean marcas diferentes para palabras de una categoría concreta en la lengua de origen, pero que son completamente equiparables: se trata de marcas sinónimas que permiten, por tanto, comparar el uso de diccionarios que utilizan determinadas marcas con igual valor.

-Se dan una serie de variables en el uso de las marcas en los diccionarios bilingües: ausencia de marcas, presencia de marcas, absorción de marcas y concurrencia de marcas.

-Cuantitativamente, el diccionario que más marca es el Oxford, seguido de Collins y el que menos lo hace es Larousse.

-Los datos analizados sobre la frecuencia de uso indican que familiar es la marca más usada por los tres diccionarios, empleándose prácticamente como sinónimo de coloquial.

-La información aportada por las marcas de uso en la lexicografía bilingüe es de gran utilidad, especialmente para el hablante no nativo que usa el diccionario con el fin de conocer el uso de las palabras en la lengua meta.

