

RESUMEN EJECUTIVO

INVESTIGADOR PRINCIPAL: MONTSERRAT GONZÁLEZ CONDOM

INVESTIGADORES PARTICIPANTES:

Clara Lorda Mur, Elisabeth Miche Comerma, Aina Torrent-Lenzen, Enric Vallduví Botet, Julia Williams Camus

TÍTULO DEL PROYECTO: Modalidad epistémica, evidencialidad y gramaticalidad. Análisis contrastivo interlingüístico e intralingüístico en el discurso oral y escrito [MODEVIG]

RESUMEN

El objetivo principal del proyecto MODEVIG es analizar y describir los rasgos pragmáticos, semánticos y gramaticales de marcadores léxicos y unidades fraseológicas idiomáticas con valor epistémico y evidencial en diversos géneros discursivos, con un planteamiento contrastivo interlingüístico e intralingüístico (en español, catalán, inglés, alemán y francés). Se analizarán los procesos de gramaticalización pertinentes. La finalidad del proyecto es observar el comportamiento y las diferencias o similitudes formales y funcionales de dichas unidades en el proceso de elaboración e interpretación de un discurso en un género determinado. Para ello, se tendrán en cuenta aspectos formales/estructurales (morfología, sintaxis) y aspectos funcionales (semántica, pragmática). La investigación de la modalidad epistémica y de la evidencialidad en lenguas europeas es relativamente reciente. Creemos que un estudio contrastivo de dichas características tendría una clara aplicación teórica y funcional en los estudios de traducción.

Con este proyecto pretendemos acrecentar el conocimiento de los valores pragmáticos y semánticos de marcadores y expresiones evidenciales y epistémicos en general, y de los aspectos de la pragmática contrastiva multilingüe en particular, aspectos todavía poco estudiados en nuestro entorno lingüístico pero muy pertinentes teniendo en cuenta las competencias discursivas que actualmente se requieren en el campo de la traductología y de la comunicación. A través de las marcas modales epistémicas, el hablante codifica lingüísticamente su mayor o menor grado de certeza en relación al contenido proposicional del enunciado que está emitiendo o las probabilidades de que éste sea o no cierto; también transmite sus creencias, actitud y grado de compromiso con el contenido de dicho enunciado. Las marcas de evidencialidad son, específicamente, aquellas que codifican la fuente de conocimiento (*source of knowledge*). En un intercambio comunicativo, el hablante sigue un proceso que consta de dos partes: a) consciencia de que existe algún tipo de evidencia que justifique su aserción; b) extracción de una serie de inferencias basadas en dicha evidencia y en el conocimiento del mundo. La noción de evidencialidad es relevante tanto desde el punto de vista del hablante como del oyente ya que, a través de dichas marcas, por un lado se da credibilidad y autoridad a la información que se transmite y se recibe y, por otro lado, el sujeto emisor se posiciona en relación al mensaje que emite (*speaker's stance*), con mayor o menor presencia en el acto discursivo (grado de subjetivización u objetivización).