

Université de Montréal

**Análisis de las actitudes lingüísticas hacia el *slang*  
mexicano: usos y valoración de la palabra *güey***

par Naïla Sinave

Études hispaniques, Département de littératures et langues modernes  
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des arts et sciences en vue de l'obtention du  
grade de Maîtrise ès arts (M.A) en études hispaniques

Décembre 2009

© Naïla Sinave, 2009

Identification du jury

Université de Montréal  
Faculté des arts et sciences

Ce mémoire intitulé:

**Análisis de las actitudes lingüísticas hacia el *slang* mexicano: usos  
y valoración de la palabra *güey***

Présenté par:

Naïla Sinave

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes:

président-rapporteur: Javier Rubiera

directeur de recherche: Juan Carlos Godenzzi

membre du jury: Enrique Pato

## RÉSUMÉ

L'étude des attitudes linguistiques, entreprise par la sociolinguistique et la psychologie sociale, a permis de confirmer que toutes les variétés linguistiques ne reçoivent pas le même traitement. La langue standard, étant en règle générale la langue du groupe de prestige, bénéficie d'une reconnaissance sociale en comparaison avec les variétés non-standards ou minoritaires, qui, au contraire, suscitent généralement des attitudes plus négatives.

Dans ce mémoire, nous analysons les attitudes linguistiques des mexicains à l'égard du *slang* mexicain. La méthodologie du projet comporte deux parties principales. Dans un premier temps, des conversations spontanées et naturelles entre locuteurs de *slang* sont enregistrées. Des fragments de ces enregistrements sont ensuite écoutés par un groupe de sujets qui, simultanément, remplit un questionnaire évaluant leurs attitudes linguistiques dirigées envers l'usage du *slang* ainsi qu'envers les individus qui le parle.

L'analyse statistique des résultats permet de faire quelques constats : Il y a une différence très significative entre la façon dont les dimensions de solidarité et de prestige sont jugées, les pointages donnés aux aspects tels que l'intelligence et le succès des locuteurs de *slang* s'avérant beaucoup plus bas que ceux accordés aux aspects reliés à leur personnalité, comme la bonté et la générosité. Aussi, les variables de l'âge et du sexe ont une influence sur les attitudes linguistiques : les femmes ainsi que la génération plus âgée s'avèrent plus sévères dans leur évaluation du *slang*.

Ce mémoire se divise en cinq chapitres. Les deux premiers explorent les concepts théoriques sur lesquels se basent le projet, soit les attitudes linguistiques et le *slang* comme phénomène linguistique et social. Les trois chapitres suivants se consacrent au projet en soit : la méthodologie, l'analyse des résultats et l'interprétation de ceux-ci.

**Mots clés:** sociolinguistique, attitudes linguistiques, *slang*, Mexico, langue non-standard et *güey*.

## ABSTRACT

The study of language attitudes via sociolinguistics and social psychology has confirmed the notion that all varieties of language are treated differently. As a general rule, the standard language is the language of the prestigious group and is held at a high social esteem whereas non-standard or minority language varieties are, in general, judged negatively.

This thesis analyzes the language attitudes of Mexicans towards Mexican slang. The project methodology consists in two main phases. Firstly, spontaneous and natural conversations are recorded. Following this, a group of individuals listen to fragments of these conversations while simultaneously filling out a questionnaire that evaluate their language attitudes towards the use of slang as well as towards the slang speakers.

The statistical analysis of the results lead to the observation of several patterns: There is a very significant difference in the way solidarity aspects and prestige aspects are judged. The points given to aspects such as intelligence and success for speakers of slang are significantly lower than the points given to personality aspects such as generosity and kindness. Age and gender also have influence on language attitudes: women and the elderly are more severe in their judgment and evaluation of slang.

This thesis is divided into five chapters. The first two explore the theoretical concepts upon which the work is based, including language attitudes and slang as a linguistic and social phenomenon. The following three chapters are dedicated to the project itself: the methodology, the analysis of the results and their interpretation.

**Key words:** sociolinguistics, language attitudes, *slang*, Mexico, non-standard language and *güey*.

## RESUMEN

El estudio de las actitudes lingüísticas, emprendido por la sociolingüística y la psicología social, nos ha permitido confirmar que no todas las variedades lingüísticas reciben el mismo tratamiento. La lengua estándar, siendo por regla general la lengua del grupo de prestigio, goza de un mayor reconocimiento social en comparación con las variedades no-estándares o minoritarias, que, en contrapartida, suelen suscitar actitudes más desfavorables.

En esta tesina, se analizan las actitudes lingüísticas de los mexicanos hacia el *slang* mexicano. La metodología del proyecto se divide en dos partes principales: la primera consiste en grabar conversaciones espontáneas y naturales entre hablantes del *slang*; la segunda, en cambio, consiste en hacer escuchar fragmentos de dichas grabaciones a un grupo de informantes, que simultáneamente llenan una encuesta que evalúa sus actitudes lingüísticas dirigidas hacia el uso del *slang* así como hacia sus usuarios.

El análisis estadístico de los resultados permite hacer algunas constataciones: Existe una diferencia muy significativa entre cómo se juzgan las dimensiones de prestigio y solidaridad, pues los informantes otorgan puntajes mucho más bajos a aspectos relacionados al prestigio de los hablantes del *slang*, como la inteligencia y el éxito, que a aspectos relacionados con su personalidad, como la bondad y la generosidad. También, las variables de sexo y de edad tienen una influencia en las actitudes lingüísticas. Las mujeres así como la generación más adulta son más severas en su evaluación del *slang*.

Esta tesina se divide en cinco capítulos. Los dos primeros exploran los conceptos teóricos en los cuales se basa el proyecto, es decir las actitudes lingüísticas y el *slang* como fenómeno social y lingüístico. Los tres capítulos siguientes se dedican al proyecto en sí: la metodología utilizada, el análisis estadístico de los resultados y la interpretación de éstos.

**Palabras claves:** sociolingüística, actitudes lingüísticas, *slang*, México, lengua no-estándar y *güey*.

## TABLA DE CONTENIDOS

RÉSUMÉ .....	iii
ABSTRACT .....	iv
RESUMEN .....	v
AGRADECIMIENTOS .....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	11
1. LAS ACTITUDES LINGÜÍSTICAS .....	11
1.1. La noción de actitud .....	11
1.2. Estructura componencial de la actitud .....	14
1.3. Origen de las actitudes lingüísticas .....	16
1.4. Desarrollo metodológico.....	18
1.5. Aportaciones de la psicología social .....	20
1.6. Las actitudes lingüísticas en el contexto escolar.....	21
1.7. Las actitudes lingüísticas en el contexto hispánico.....	26
CAPÍTULO II.....	29
2. EL <i>SLANG</i> .....	29
2.1. Definir el slang.....	30
2.2. La concepción de Dumas y Lighter .....	32
2.3. La dicotomía formal/informal.....	35
2.4. La concepción de Roth-Gordon.....	36
2.5. El <i>slang</i> como innovación lingüística.....	38
2.6. El <i>slang</i> como símbolo de pertenencia .....	40
2.7. El <i>slang</i> como oposición al orden establecido .....	42
2.8. El carácter intencional del <i>slang</i> .....	45
2.9. El <i>slang</i> como manera de significar .....	47
2.10 El <i>slang</i> en un estudio actitudinal.....	49
CAPÍTULO III .....	50
3. METODOLOGÍA.....	50
3.1. La selección de los participantes .....	50
3.1.1. La edad.....	50

3.1.2. El sexo .....	51
3.1.3. <i>Naco</i> versus <i>fresa</i> .....	52
3.2. La recolección de los datos .....	54
3.2.1. La variedad de habla buscada.....	54
3.2.2. El procedimiento.....	55
3.2.3. La <i>red social</i> como entidad de estudio .....	56
3.3. El análisis de las grabaciones.....	58
3.3.1. Audición y observaciones generales .....	58
3.3.2. Frecuencia de uso de las palabras .....	58
3.3.3. La selección y edición de los fragmentos.....	59
3.4. La encuesta.....	60
3.4.1. La libreta-encuesta.....	60
3.4.2. La muestra de informantes y el procedimiento .....	62
CAPÍTULO IV.....	64
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	64
4.1. Las escalas de diferencial semántico .....	64
TABLA 1.....	66
TABLA 2 .....	66
TABLA 3 .....	67
TABLA 4 .....	68
TABLA 5 .....	69
4.2. Escalamiento tipo Likert.....	70
TABLA 6 .....	71
TABLA 7 .....	73
TABLA 8 .....	74
TABLA 9 .....	75
TABLA 10 .....	76
4.3. La pregunta abierta.....	76
TABLA 11 .....	78
CAPÍTULO V .....	80
5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	80
5.1. Escalas de diferencial semántico .....	80

GRÁFICO 1 .....	81
5.1.1. Variable sexo .....	82
GRÁFICO 2 .....	82
5.1.2. Variable edad .....	86
GRÁFICO 3 .....	87
5.2. Escalamiento tipo Likert .....	89
5.2.1. Variable sexo .....	89
GRÁFICO 4 .....	90
GRÁFICO 5.....	91
5.2.2. Variable edad .....	92
GRÁFICO 6 .....	93
GRÁFICO 7.....	94
GRÁFICO 8 .....	95
GRÁFICO 9 .....	98
GRÁFICO 10.....	99
GRÁFICO 11 .....	99
5.3. Pregunta abierta .....	100
GRÁFICO 12.....	100
CONCLUSIÓN .....	103
Descripción de uso de las palabras.....	107
1. <i>Güey</i> .....	107
2. <i>¡No mames!</i> .....	111
3. <i>Madre</i> .....	113
4. <i>Verga</i> .....	115
BIBLIOGRAFÍA .....	117

## AGRADECIMIENTOS

Esta tesina no se hubiera podido llevar a cabo sin la preciosa ayuda de muchas personas y organizaciones a quienes quiero expresar mi reconocimiento.

Quiero agradecer a Juan Carlos Godenzzi, el director de esta tesina, quien me ha acompañado, apoyado y quien se ha mostrado siempre disponible, abierto y comprensible a lo largo de todo este proceso.

También quiero agradecer a Heidi Joanna Espíndola, quien me ha ofrecido hospedaje en cada uno de mis viajes a México y me ha ayudado en el procedimiento mismo de las encuestas; sin su colaboración este proyecto jamás hubiera visto la luz. Gracias también a su esposo, Jorge Marlon Herrera Moro, con quien he tenido el placer de platicar largas horas sobre la riqueza del *slang* y las sutilezas del albur mexicano.

Deseo también dar las gracias a mi esposo, Alain Mercieca, por haber estado siempre a mi lado, por haber creído en mí y, sobre todo, por haber sido un excelente y devoto padre con nuestros hijos.

Julie Parent, mi gran amiga y fiel acompañante en los estudios, gracias, por haberme motivado en los momentos más difíciles y en los obstáculos que he encontrado; y gracias, sobre todo, por haberme echado una mano en los asuntos técnicos de fin de redacción y de edición de esta tesina.

Muchísimas gracias a mis padres por haberme enseñado la perseverancia y por haberme motivado a lo largo de toda mi trayectoria escolar y gracias también a mis hermanas por ser quienes son, simplemente, y por haber estado tan disponibles para ayudarme cuando lo he necesitado.

A mis hijos Lorenzo y Gustave quiero expresarles un muy especial agradecimiento porque, aunque hayan llegado de sorpresa en el transcurso de este proceso y que hayan sido en parte culpables por la eternidad que me he tardado en terminar el proyecto, fueron para mí la más grande fuente de motivación. Les dedico este trabajo porque quiero que sepan que todo en la vida es posible cuando uno le echa ganas.

A todos los informantes, también muchísimas gracias por haber tomado de su precioso tiempo para participar en este proyecto.

Para terminar, un profundo y sincero agradecimiento al FQRSC, al CRSH y al Ministerio de educación de Quebec. Sin su apoyo financiero, esta tesina no se hubiera podido llevar a cabo.



## INTRODUCCIÓN

La lengua estándar existe y subsiste fuera de sus usuarios. Pierre Bourdieu la describe como un código comunicativo y legislativo que saca provecho de las condiciones institucionales para codificarse e imponerse. Es una lengua producida, creada, escrita por los que tienen autoridad para escribir (gramáticos, profesores, intelectuales, etc.); es un código que tiene a unos juristas, que son los gramáticos, y a unos agentes de imposición, que son los maestros, quienes tienen como deber enseñarla y, por el poder que les otorga su posición de maestro, suelen forzar a los sujetos hablantes a adquirir la lengua-norma o *lengua legítima* (Bourdieu, 1982: 27). Esta norma no hace referencia a la(s) norma(s) lingüística(s) (o descriptiva(s)), sino a la *prescriptiva*, es decir la norma académica, la que da la pauta y se vuelve modelo referencial frente a todas las demás variedades o producciones lingüísticas. En su tesis doctoral *El concepto de norma en lingüística* (1976), Luis Fernando Lara expone toda la polisemia que implica el término de *norma*, ya que “en español como en varias otras lengua, norma es una regla, un modelo ejemplar, una especie de ley, algo que indica ‘lo que debe ser’; pero también es lo usual, lo habitual, algo que describe simplemente ‘lo que es’. [...] La palabra *norma*, por lo tanto, reúne dos sememas cualitativamente distintos a pesar de los puntos de contacto que hay entre ellos: de un lado por norma se entiende ‘lo que debe ser’; de otro, simplemente ‘lo que es’” (p.9). La lengua oficial, que sería la *norma* en su dimensión prescriptiva, llega a obtener el estatus de *lengua estándar* oponiéndose a las lenguas marginalizadas o minoritarias e instalando así una relación de poder en la cual la lengua oficial llega a dominar simbólicamente a las demás lenguas o variedades:

La lengua estándar es, naturalmente, una abstracción. No es un complejo de hechos reales, de fuerzas reales, sino nada más que

una norma ideal, que indica cómo se debe hablar. En relación con la actividad lingüística real, se comporta como un código legal respecto de la vida jurídica de una región para la cual es válido, o como una profesión de fe, un catecismo dogmático respecto de las concepciones y las emociones religiosas. (Paul, 1886: 406, citado en Lara: 1976)

Los conceptos de lengua estándar versus lengua regional, coloquial, informal, etc. resultan de asociaciones que se hacen entre tipos de hablantes y maneras de hablar. La variedad lingüística que goza de más prestigio es simplemente la que es usada por el grupo de poder. Son convenciones sociales las que separan lo que pertenece a la lengua estándar y lo que, al quedar afuera, entra en las subdivisiones de la lengua *no-estándar*, como los regionalismos, las expresiones coloquiales y el *slang*:

[...] ningún individuo en verdad habla una lengua, ni el español, ni el inglés, ni el portugués. Todos hablamos un dialecto de estas lenguas y dentro de cada uno de estos dialectos los hablantes manejan continuos de formalidad (o estilos), diferentes registros y, en la mayoría de los casos, las modalidades oral y escrita. La llamada variedad estándar es simplemente uno de los dialectos de una lengua que goza, lo reconocemos, de mayor y más amplia aceptación social, pero que desde una perspectiva estrictamente lingüística no es superior a ningún otro dialecto, sino sólo diferente. (Silva-Corvalán, 2001: 31)

Existen agentes que conservan y “protegen” la lengua estándar, como las instituciones, los maestros, los gramáticos, los diccionarios, las academias, etc. No son factores lingüísticos entonces los que hacen que una palabra sea estándar o no, sino factores sociales. En este mismo sentido, no se puede dar una definición lingüística de un término no-estándar, porque en realidad no hay ningún criterio lingüístico que nos pueda ayudar a distinguir un término no-estándar de un término estándar (aunque esto no impide que la comunidad lingüística sepa distinguirlos sin ningún problema). Estamos más bien ante un proceso social en el cual tanto las palabras estándares como las palabras no-estándares se van relacionando con individuos, grupos sociales o contextos de habla: “no son diferencias lingüísticas ni estéticas las que se encuentran en el origen de las actitudes lingüísticas, sino estereotipos y prejuicios relacionados con las personas que hablan determinadas lenguas o variedades” (Arroyo, 2005: 325).

En *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistique*, Bourdieu (1982) desarrolla una teoría sobre los intercambios lingüísticos en el mercado lingüístico para analizar el fenómeno de la desigualdad de las lenguas. Más específicamente, ésta sirve para analizar las relaciones entre el *habitus lingüístico* y el *mercado lingüístico*, siendo éste el espacio donde se desarrollan las relaciones sociolingüísticas. Los intercambios lingüísticos exigen de los locutores un empleo más o menos amplio de la lengua legítima – el uso que domina el mercado – según la situación de comunicación y la posición social de los locutores; y el valor social otorgado a una producción lingüística depende de su nivel de conformidad con la lengua legítima.

Para establecer su modelo teórico, Bourdieu empieza por deshacer la concepción de la lengua de Saussure y la concepción de la competencia lingüística de Chomsky, los dos fundadores de la lingüística general moderna, quienes estudian la lengua por sí misma, optando exclusivamente por el funcionamiento interno y autónomo del sistema lingüístico, sin considerar todas las particularidades del ámbito social en el cual éste emerge. Por una parte, critica el hecho de eludir las cuestiones económicas o sociales de la adquisición de la lengua y de considerarla, a la manera de Saussure, como un “tesoro universal” accesible a todos (Bourdieu, 1982: 24). Dirige una crítica aún más virulenta a Chomsky, quien se basa en la competencia de un *locutor ideal (ideal speaker-listener)*, quien conoce su lengua perfectamente y que se halla en una comunidad lingüística completamente homogénea:

Chomsky, convertissant les lois immanentes du discours légitime en normes universelles de la pratique linguistique conforme, escamote la question des conditions économiques et sociales de l'acquisition de la compétence légitime et de la constitution du marché où s'établit et s'impose cette définition du légitime et de l'illégitime. (Bourdieu, 1982: 25)

Para Bourdieu, el aspecto social es inherente al fenómeno lingüístico y su modelo refleja esta dinámica de relación continua entre ambas esferas. La producción lingüística del hablante debe considerarse en una dinámica relacional con el mercado lingüístico en el cual se hace. De esta forma, el

*habitus lingüístico* se distingue de la *competencia lingüística* chomskiana por el hecho de no ser la mera producción de un discurso, sino la producción ajustada a una situación o a un mercado, es decir que el locutor tiene unas disposiciones sociales, un interés expresivo, una capacidad lingüística y una capacidad social de utilizar esa competencia en una situación determinada. La competencia en este sentido no es entonces solamente el hecho de expresar algo gramaticalmente correcto, sino de saber utilizar las palabras socialmente aceptadas en un contexto dado, en el mercado lingüístico dado, mercado que a su vez va a establecer sus leyes y dirigir de cierta forma el discurso inconscientemente.

El mercado lingüístico es como un sistema de sanciones y censuras. Concretamente, es una situación social en la cual muchos factores van a influenciar u orientar la producción lingüística. Cada mercado tiene leyes distintas para la formación de los precios atribuidos a los productos lingüísticos. Desde esta perspectiva, el valor de la competencia lingüística no es algo fijo, sino que va cambiando en relación con el mercado lingüístico en el cual se halla, lo que lleva a Bourdieu a hablar de *capital lingüístico* en lugar de competencia lingüística. Las relaciones sociales se consideran como relaciones de poder simbólico en la que se actualizan las relaciones de fuerza entre los locutores o sus grupos respectivos y, entonces, los intercambios lingüísticos entre locutores se aprehenden en términos de *capital lingüístico*, *de mercado lingüístico* y *de precio*:

Les discours ne reçoivent leur valeur (et leur sens) que dans la relation à un *marché*, caractérisé par une loi de formation des prix particulière : la valeur du discours dépend du rapport de forces qui s'établit concrètement entre les compétences linguistiques des locuteurs entendues à la fois comme capacité de production et capacité d'appropriation et d'appréciation ou, en d'autres termes, de la capacité qu'ont les différents agents engagés dans l'échange d'imposer les critères d'appréciation le plus favorables à leur produits. (Bourdieu, 1982: 60)

Cada información transmitida entre locutores se vuelve fuente de indicadores sociales. Los discursos reciben un valor simbólico según las interacciones con las cuales se encuentran. En relación con la norma (*lengua legítima*) los

mercados lingüísticos van a ser clasificados, de manera consciente o inconsciente. Las relaciones de poder que existen entre las lenguas están marcadas por el hecho de que los individuos dominados tienen un acceso limitado a la lengua legítima y que el mercado oficial (de esta norma reconocida) pertenece a los sujetos dominantes.

Así como la intención política de unificación contribuye a la fabricación de la lengua legítima, de la misma manera es responsable de la generalización del uso de la lengua dominante, dimensión de la unificación del mercado de los bienes simbólicos que acompaña la unificación de la economía y de la producción y circulación culturales. La unificación del mercado y de la dominación simbólica o lingüística es un proceso muy lento de adquisición:

La reconnaissance de la légitimité de la langue officielle n'a rien d'une croyance expressément professée, délibérée et révocable, ni d'un acte intentionnel d'acceptation d'une "norme"; elle est inscrite à l'état pratique dans les dispositions qui sont insensiblement inculquées, au travers d'un long et lent processus d'acquisition, par les sanctions du marché linguistique et qui se trouvent donc ajustées, en dehors de tout calcul cynique et de toute contrainte consciemment ressentie, aux chances de profit matériel et symbolique que les lois de formation des prix caractéristiques d'un certain marché promettant objectivement aux détenteurs d'un certain capital linguistique. (Bourdieu, 1982: 36)

Por ejemplo, en su estudio sobre el desarrollo de las políticas y actitudes lingüísticas en el mundo francófono, Bourhis (1982) demuestra cómo el dialecto de *Ile de France* fue promovido por los eruditos, los políticos y los demás representantes de la clase dirigente hasta ser reconocido como la única lengua legítima de Francia. Las fuerzas intelectuales, sociales, comerciales y políticas residían en París, lo cual llevó al dialecto de esta región a adquirir el reconocimiento público. Hasta se llegó a considerar esta variedad lingüística como el mero vehículo de la civilización francesa, como la única capaz, por su claridad y pureza, de expresar racionalidad. Se volvió el símbolo por excelencia de la nacionalidad y de la unificación francesa y en el siglo XVI, cuando se empezó a promover un estado monolingüe, el uso del latín, bretón, vasco y occitano llegaron a ser estigmatizados hasta prohibirse,

considerados como variedades lingüísticas inadecuadas, incorrectas y deficientes. Resultó ser entonces mucho más rentable para los que nacieron con la lengua “equivocada” abandonarla para adoptar el francés parisino, lengua franca unificadora. A partir del siglo XIX la educación en la lengua nacional se impuso y se reprobaba el uso de los regionalismos en la escuela. Así lo señala Bourdieu:

Le système d'enseignement, dont l'action gagne en étendue et en intensité tout au long du XIX siècle, contribue sans doute directement à la dévaluation des modes d'expression populaires, rejetés à l'état de « jargon » et de « charabia » (comme disent les annotations marginales des maîtres), et à l'imposition de la reconnaissance de la langue légitime. Mais c'est sans doute la relation dialectique entre l'École et le marché du travail ou, plus précisément, entre l'unification du marché scolaire (et linguistique), liée à l'institution de titres scolaires dotés d'une valeur nationale, [...] qui joue le rôle le plus déterminant dans la dévaluation des dialectes et l'instauration de la nouvelle hiérarchie des usages linguistiques. (Bourdieu, 1982: 33)

Más allá del ámbito escolar, hubo un movimiento creciente en el mundo académico para erradicar todas las formas divergentes del francés estándar y, eventualmente, la imposición de la lengua legítima y la condena de toda variedad no-estándar. A partir de la introducción de la radio y televisión en Francia, el prestigio y difusión del dialecto parisino incrementó aún más en detrimento de las variedades no-estándares y los dialectos no oficiales (Bourhis, 1982: 39). Ahora bien, como lo dice Bourdieu, el proceso de la adquisición de la lengua legítima y del abandono del propio dialecto se lleva a cabo más por la relación dialéctica entre la escuela y el mercado del trabajo que por la imposición concreta de la lengua legítima en sí.

Una de las leyes de la sociolingüística es que la lengua no depende, como lo puede pretender la lingüística interna, de la competencia del locutor en el sentido chomskiano, sino del mercado lingüístico. Entonces, el discurso que se produce es el resultado de la competencia del locutor *y* del mercado en el cual produce su discurso, es decir que su discurso depende, en buena parte, de las condiciones de recepción. Todo intercambio lingüístico funciona como un mercado: es asimismo un intercambio económico que se establece en una

relación de fuerzas simbólicas entre un productor, dotado de un cierto capital lingüístico, y un consumidor (o un mercado), listo a otorgarle un valor material o simbólico al “producto lingüístico”. En este sentido, la práctica lingüística comunica inevitablemente dos tipos de información: además de la información referencial, transmite información sobre la manera de comunicarse, es decir sobre el estilo expresivo del hablante, el cual siendo percibido en referencia a una infinidad de estilos (teórica o prácticamente en concurrencia), recibirá un valor social según su “nivel” de eficacia simbólica. Los discursos reciben su valor en relación con un mercado, caracterizado por una ley de formación de precios particular: el valor del discurso depende de la relación de fuerzas que se establece concretamente entre las competencias lingüísticas de los hablantes. Por ejemplo, en el mercado escolar, el alumno llega con una anticipación de los beneficios y sanciones que va a recibir al hablarle al maestro. Existe un sentido de la aceptabilidad; y cuando uno aprende a hablar, asimila también las condiciones de aceptabilidad de esa lengua, es decir que aprende si esta lengua será o no rentable en tal o tal situación. De igual modo, sobre todo si su dialecto no concuerda con el dialecto estándar, aprende que a veces el silencio le será más benéfico:

No one can completely ignore the linguistic or cultural law. Every time they enter into an exchange with the holders of the legitimate competence, and especially when they find themselves in a formal situation, dominated individuals are condemned to a practical, corporeal recognition of the laws of price formation which are the least favorable to their linguistic productions and which condemns them to a more or less desperate attempt to be correct, or to silence (Bourdieu, 1991: 97)

La adquisición de la lengua va de la mano con el aprendizaje de evaluar por anticipación el precio que recibirá una lengua o variedad en una situación dada. En el mercado escolar, este precio puede ser por ejemplo la nota, que tiene un valor material, ya que le dará al alumno la posibilidad de acceder o no a un puesto particular en el futuro, y por lo tanto a un sueldo en particular. Ahí donde se juega el valor de una lengua, se juega también el valor de la persona que habla.

En este contexto de desequilibrio, en el cual el capital lingüístico no está repartido igualmente entre todos los hablantes, cada dialecto, cada forma de hablar, suscita reacciones y juicios. Mientras la variedad estándar goza de mucho prestigio y de reconocimiento social, las variedades sociolectales que se alejan de la lengua estandarizada o institucionalizada reciben el tratamiento opuesto: suelen suscitar actitudes desvalorizadoras, hasta se llegan a considerar como inferiores, incluso inútiles. Aunque los lingüistas hayan comprobado más de una vez que ninguna lengua es superior a otra, en el sentido de que todas las lenguas están igualmente en condiciones de cumplir sus funciones respectivas y que, por lo tanto, no hay ninguna razón válida, lingüísticamente, para otorgarle más valor a una que a otra, existe en la realidad fenómenos como la discriminación lingüística – podemos hablar de racismo lingüístico en algunos casos – que parecen escalonar las lenguas y variedades lingüísticas del mundo sobre una escala de valor, reservando así estatus diferentes a cada una de ellas.

El presente proyecto se inscribe en esta dinámica de “desigualdad” de las variedades lingüísticas. En un contexto urbano, donde justamente la lengua estándar coexiste con variedades sociolectales no-estándares, se han observado y se han analizado las actitudes lingüísticas de los mexicanos hacia el uso de algunas palabras del *slang*<sup>1</sup> así como hacia sus usuarios. La primera etapa del proyecto consistió en hacer grabaciones de conversaciones naturales y espontáneas entre jóvenes varones provenientes del Distrito Federal que utilizan el *slang*. Después de hacer el cómputo de las palabras del *slang* más utilizadas en las grabaciones, se eligió una serie de fragmentos en los cuales salían dichas palabras. En la segunda fase del proyecto, se utilizaron los fragmentos de las grabaciones para hacerlos escuchar a un segundo grupo de informantes, formado por 60 individuos, los cuales tenían que, simultáneamente, rellenar una encuesta que evaluaba sus actitudes lingüísticas referidas al uso del *slang* y a los hablantes que lo usan.

---

<sup>1</sup> En el capítulo II, se explicará la razón del uso del término anglosajón *slang* en lugar de sus posibles equivalentes en español.

El objetivo principal de este proyecto consiste en ver si el *slang* suscita actitudes lingüísticas más desfavorables en cuanto a la dimensión de prestigio, y más positivas en cuanto a la dimensión de solidaridad, al igual de lo que suele ocurrir en los casos de las lenguas minoritarias o marginalizadas (Lambert, 1967; Ryan & Giles, 1985; Wölck, 1973). El hecho de utilizar el *slang* mexicano como objeto de estudio se ve motivado por el hecho de que éste consiste en una variedad lingüística no-estándar que no se ha incluido hasta ahora en los estudios actitudinales – hasta donde sepamos – y también por su riqueza en términos de innovación lingüística. Se ofrece en anexo las descripciones de uso de las expresiones idiomáticas mexicanas *güey*, *no mames*, *madre* y *verga*, las cuales constituyen las palabras del *slang* que con mayor frecuencia salieron en nuestras grabaciones.

El primer y segundo capítulo de este trabajo tratan sobre los dos principales conceptos en los cuales se basa el proyecto, es decir el de las actitudes lingüísticas, tanto desde una perspectiva teórica como metodológica, y el del *slang* como fenómeno sociolingüístico. En un primer tiempo, se define el concepto de actitud y se hace una reseña del estado de la cuestión, desde su misma estructura componencial, pasando por el desarrollo metodológico que su estudio ha aportado al campo de la sociolingüística y terminando con su estudio empírico en el contexto hispánico. El segundo capítulo se dedica al fenómeno del *slang*, desde una perspectiva sociolingüística, pero también desde el enfoque de la psicología social. Las dificultades encontradas a la hora de definir el *slang* nos llevan a reflexionar sobre la cuestión y, al poner de relieve las propuestas de algunos autores que han investigado sobre el tema (Eble, 1996; Roth-Gordon, 2001; Andersson y Trudgill, 1990; Sornig, 1981), se llega a resaltar los aspectos fundamentales de éste.

En el tercer capítulo, nos alejamos de las cuestiones teóricas para entrar a la substancia misma de nuestro estudio actitudinal. Este capítulo está enteramente dedicado a la metodología. Se tratará de la selección de los

participantes, la recolección de los datos, el análisis y edición de las grabaciones y la encuesta en sí. Algunos conceptos serán teorizados en esta parte, pero siempre con el fin de explicar o justificar nuestro procedimiento metodológico.

Los últimos dos capítulos tratan del análisis e interpretación de los resultados. En el cuarto capítulo, se examina el tratamiento estadístico de los datos obtenidos y en el último se interpretan estos resultados al relacionarlos con algunos conceptos teóricos que ya hemos tratado en las primeras secciones de esta tesina. Dichos capítulos serán dotados de tablas y gráficos que además de proporcionar un apoyo visual, ayudarán a la comprensión del análisis.

# CAPÍTULO I

## 1. LAS ACTITUDES LINGÜÍSTICAS

### 1.1. La noción de actitud

Las lenguas, lejos de servir únicamente a la transmisión objetiva y neutra de significado, están ligadas a grupos étnicos y sociales y son, por lo tanto, símbolos de identidad. Suscitan en los individuos de la sociedad reacciones, opiniones y prejuicios, fenómeno que recibe el nombre de *actitudes lingüísticas* en la jerga académica. La noción misma de *actitud* se ha desarrollado en el campo de la psicología social en los años 1920 y se define como una postura crítica o valorativa ante un objeto:

An attitude is a mental and neural state of readiness, organized through experience, exerting a directive or dynamic influence upon the individual's response to all objects and situations with which it is related. (Allport, 1935)

Así, el término *actitudes lingüísticas* hace referencia a la postura valorativa del individuo hacia fenómenos específicos de una lengua o, incluso, hacia dialectos y diasistemas completos (Blas Arroyo, 2005: 322). Fasold (1984) considera que las actitudes lingüísticas incluyen tanto las actitudes hacia los hablantes de una lengua o dialecto como las dirigidas a la lengua en sí. Con el trabajo de algunos lingüistas pioneros, especialmente el de William Labov

(1966), el estudio de las actitudes ha penetrado el mundo de la sociolingüística. En *La concepción estructural de la sociolingüística* (1974), texto clave en el cual José Pedro Rona propone que el análisis de las actitudes lingüísticas consiste en una de las esferas más adecuadas y pertinentes para la investigación sociolingüística, ésta le ha reservado mucha atención y se ha buscado a través de él respuestas a las grandes preocupaciones relacionadas con la conducta lingüística, la variación, el cambio lingüístico e incluso con la esencia misma de la *comunidad de habla* (Blas Arroyo: 320). Asimismo, el interés de este estudio queda corroborado por opiniones como la de Fasold: “The study of language attitudes is instructive in its own right, but is even more valuable as a tool in illuminating the social importance of language” (1984: 158). La investigación de las actitudes lingüísticas de un grupo de individuos se ha revelado esencial para definir una comunidad de habla, ya que se ha comprobado en diversos estudios actitudinales que “[una comunidad de habla] no puede concebirse como un grupo de hablantes que utilizan las mismas formas lingüísticas, sino que se ha definido más bien como un grupo que comparte las mismas normas evaluativas con respecto a una lengua” (Silva-Corvalán, 2001: 64).

Rona (1974) establece una teoría general de la sociolingüística, en la cual explica que la mayoría de los temas de la sociolingüística se relacionan con el valor simbólico o referencial del signo lingüístico, es decir con esta función básica del lenguaje de evocar algo distinto a la serie de sonidos formados por el signo lingüístico. En cambio, en el estudio de las actitudes lingüísticas, es el valor sintomático de la lengua lo que se estudia. Este factor existe en todo acto de hablar y, básicamente, consiste en lo que la lengua dice “sin decirlo”. “[Esta función] permite a toda persona detectar lingüísticamente al que no es de su grupo y, en su caso, discriminarlo o verlo como modelo” (Ávila, 1993: 28). Por ejemplo, en la situación hipotética de un vendedor que llama a un cliente por teléfono para convencerle de comprar un producto X, además de aprender informaciones relacionadas con el producto en cuestión (valor simbólico o referencial), el cliente se enterará de que, por una parte, alguien

le está hablando, por otra, si es hombre o mujer, joven o viejo, español o mexicano, etc. Toda esta información viene del valor sintomático de la lengua. Y si, en algún momento de la hipotética conversación, se le saliera al vendedor un *haiga* en lugar de *haya*<sup>2</sup>, es muy probable que el cliente saque conclusiones sobre el nivel de educación del vendedor, e incluso que porte un juicio sobre su “valor” como individuo. “Entre unas y otras formas no hay diferencias en cuanto a su función referencial, pero sí en su capacidad para diferenciar grupos distintos de hablantes, en cuanto a la función sintomática” (*op cit*: 29). Entonces, la lengua, además de transmitir información referencial (valor simbólico), es portadora de significados y connotaciones sociales (valor sintomático):

El estudio de este último tipo de información debe considerarse una parte primordial de la sociolingüística, y sus unidades no serán signos lingüísticos, sino *actitudes* lingüísticas, que pueden expresarse en términos del *status* socio-cultural de determinado signo dentro del sistema, o de determinado sistema dentro del diasistema, o a un *status* socio-cultural de un diasistema entero dentro de una comunidad. (Rona, 1974: 207)

Rona divide los modos lingüísticos en tres grupos: 1) los que aparecen en todos los estratos, 2) los que aparecen solamente en el estrato más bajo y 3) los que aparecen solamente en el estrato más alto. Normalmente, muchas palabras pertenecen al grupo uno, y las que aparecen en los grupos dos y tres son sintomáticas de los estratos respectivos. El lingüista considera que “el terreno más fértil para la investigación sociolingüística se encuentra justamente en estos modos lingüísticos “rotulados” o sintomáticos, esto es en la investigación de las actitudes sociales hacia el lenguaje o hacia el signo lingüístico, que podemos llamar *actitudes lingüísticas*” (Rona, 1974: 213).

La actitud lingüística definida por Rona es una entidad compleja y posee una estructura muy similar a la del signo lingüístico saussureano. En el caso de la

---

<sup>2</sup> La forma *haiga* es un modo lingüístico con alto valor sintomático, estigmatizado porque se usa frecuentemente en los estratos más bajos de la sociedad y se suele asociar, por lo tanto, con “la gente vulgar”.

actitud, es la asociación de un hecho del lenguaje y de una creencia acerca del lenguaje, es decir una asociación entre los valores simbólicos y sintomáticos de la lengua. Muy comparable al modelo de *signifié/signifiant* de Saussure, el modelo de Rona consiste en una conceptualización binaria de la *actitud* donde se asocian un *hecho* y una *creencia*:

<u>Creencia</u>	=	actitud		<u>Significante</u>	=	Signo
Hecho				Significado		

Para Rona, existe una clara diferencia entre la creencia y la actitud: mientras la primera se define y se delimita en sí misma, la segunda sólo existe cuando se asocia a hechos reales (Rona, 1974: 213).

### 1.2. Estructura componencial de la actitud

No todos los autores están de acuerdo con la estructura componencial binaria de la actitud ofrecida por Rona. Además de los que la toman como una entidad indivisible (Osgood et al.: 1974), muchos consideran que la actitud está formada por tres componentes: el cognoscitivo, en el que se incluyen las creencias y percepciones; el afectivo, que tiene que ver con el sentimiento en contra o a favor del objeto; y el conductual, que consiste en la tendencia de actuar o de reaccionar de cierta forma ante el objeto. Así,

[a]n attitude is an organized and consistent manner of thinking, feeling and reacting to people, groups, social issues or, more generally, to any event in the environment. The essential components of attitudes are thoughts and beliefs, feelings or emotions, and tendencies to react. We can say that an attitude is formed when these components are so inter-related that specific feelings and reaction tendencies become consistently associated with the attitude object. (Lambert & Lambert, 1973: 46)

Otros, como Fishbein (1967), consideran la actitud y la creencia como dos entidades aparte, asumiendo que la actitud es puramente afectiva y que la creencia está compuesta por el componente cognoscitivo y el de conducta. López Morales, uno de los lingüistas que más estudió el fenómeno de las actitudes lingüísticas en el mundo hispánico, considera que la actitud está dominada por un solo rasgo: el *conativo* (López Morales: 1989). Este autor

hace una distinción entre la actitud y la creencia, que aun relacionados, son conceptos autónomos: “[...] Separo del de actitud el concepto de creencia que es, junto al ‘saber’ proporcionado por la conciencia lingüística, el que las produce. Las actitudes sólo pueden ser positivas, de aceptación, o negativas, de rechazo; una actitud neutra es imposible de imaginar (pensando en su naturaleza conativa): se trata más bien de ausencia de actitud” (López Morales, 1989: 234). En cambio, la creencia sí puede ser neutra o no producir actitudes, como en el caso, por ejemplo, de las etimologías populares. Dicho esto, a pesar de las diferentes teorías sobre la estructura componencial de la actitud, existe un cierto consenso general sobre el hecho de que “las actitudes son adquiridas, permanecen implícitas, son relativamente estables, tienen un referente específico, varían en dirección y grado, y proporcionan una base para la obtención de índices cuantitativos” (Shaw y Wright: 1967, citado en López Morales, 1989: 234)

En cuanto a los enfoques teóricos sobre las actitudes lingüísticas, existen dos aproximaciones a su estudio, la *mentalista* y la *conductista*. La primera categoriza a la actitud como un estado mental interior, como “una variable que interviene entre un estímulo que afecta a la persona y su respuesta a él” (Agheyisi y Fishman, 1970: 138, citado en Blas Arroyo, 2005) y necesita acudir a informes introspectivos individuales para llevar a cabo su estudio. La segunda, que por su parte tiene la gran ventaja de poder estudiarse directamente, aboga por el análisis del comportamiento mismo, es decir de las actitudes que se hallan en las respuestas de los hablantes frente a ciertas situaciones sociales o lingüísticas. Ahora bien, aunque presenta ciertos problemas en el nivel metodológico, la gran mayoría de los estudios sociolingüísticos sobre actitudes se inscriben en la corriente mentalista, ya que ésta tiene la ventaja de poder predecir la conducta lingüística (López Morales, 1989: 232).

### 1.3. Origen de las actitudes lingüísticas

Es ya muy sabido en el mundo de la lingüística que las diferentes variedades lingüísticas del mundo cumplen con su función comunicativa y que, por ende, no existe razón válida, lingüísticamente hablando, de otorgarle más valor a una que a otra. De hecho, una de las aportaciones más importantes de la ciencia de la lingüística es haber comprobado justamente que no existen lenguas “primitivas”, “menos complejas” o “pobres”, etc., contrariamente a lo que se ha creído por mucho tiempo (y que sigue aún creyéndose). La jerarquización de las lenguas tanto como la discriminación lingüística que se deriva de las actitudes negativas hacia ciertas variedades no se puede basar en criterios gramaticales o lingüísticos, sino que solamente se puede justificar por especulaciones sociales: “En la actualidad disponemos de una amplia base empírica para afirmar que no son diferencias lingüísticas ni estéticas las que se encuentran en el origen de las actitudes lingüísticas, sino estereotipos y prejuicios relacionados con las personas que hablan determinadas lenguas o variedades” (Blas Arroyo, 2005: 325).

Durante los años 70, las investigaciones de un grupo de colaboradores en psicología social encabezado por Giles llegaron a comprobar la *hipótesis del valor impuesto*, la cual estipula que una lengua se considera mejor que otra no porque sea objetivamente mejor o más atractiva para los hablantes que otra (*hipótesis del valor inherente*), sino porque es empleada por el grupo social con más prestigio. “El prestigio social de un individuo o de un grupo resulta así la fuente básica de la que emana el prestigio de las formas lingüísticas. Un dialecto determinado tendrá tanto prestigio como el de quienes lo habla” (Ávila, 1993: 32). En *From social history to language attitudes*, St Clair (1982) relata la anécdota del Presidente Kennedy que, por hipercorrección, pronunciaba *Asiar* y *Cubar* (en lugar de *Asia* y *Cuba*) formas que obviamente no respetaban la norma. Sin embargo, la desviación lingüística del presidente no suscitaba desprecio, como lo hacían, por ejemplo, las pronunciaciones como *hep* en lugar de *help* por la gente del Sur. Por ejemplo, pensemos en el caso del castellano. Aunque sea una lengua que

goza de mucho prestigio y de poder en América Latina en contextos de diglosia donde coexiste con una variedad de lenguas indígenas, esta misma lengua no posee en absoluto el mismo estatus en el contexto norteamericano. Por el contrario, el español en los Estados Unidos está en una posición de inferioridad en relación con el inglés, lengua de prestigio. La lengua es la misma; sin embargo, en el primer caso, es utilizada por el grupo de poder (los hispanohablantes), mientras que en el segundo es utilizada por el grupo desaventajado socialmente (los inmigrantes latinoamericanos). Como lo han comprobado Lambert y sus colaboradores en sus estudios sobre las actitudes hacia el francés y el inglés en Quebec, estas dos afirmaciones encuentran sustento: la lengua es una característica identificadora capaz de vincular a un miembro con su grupo cultural o nacional; y las actitudes de cualquier oyente hacia los miembros de un grupo se generalizan a la lengua que utilizan (Lambert et al., 1960: 80).

Los estudios sociolingüísticos sobre actitudes lingüísticas se pueden dividir en tres categorías principales: los que se orientan más hacia la evaluación de la lengua en sí (si se considera “hermosa” o “fea”, “rica” o “pobre”, etc.); los que se concentran más en la significación social de la lengua o las impresiones estereotipadas hacia una variedad lingüística, su función y sus hablantes (si, por ejemplo, se considera apropiada tal variedad en tal contexto); y los que se interesan por la puesta en práctica o las repercusiones de ciertas actitudes lingüísticas, como en el caso de la planificación lingüística, del proceso de aprendizaje de la lengua o de la lengua en su contexto educativo, etc. (Fishman A. y Agheysi R., 1970: 141). Cada tipo de estudio requiere diferentes métodos de recolección de datos y de análisis. La investigación sobre actitudes lingüísticas (tanto desde el campo de la sociolingüística como de la psicología social) se ha destacado principalmente por su impresionante desarrollo metodológico. No podemos tratar del tema de las actitudes sin mencionar algunos de los numerosos avances metodológicos que han engendrado.

#### **1.4. Desarrollo metodológico**

La técnica del *matched-guised* (o *técnica de pares ocultos*, también traducido como *técnica del apareamiento disfrazado*), elaborada en Canadá por Lambert y sus colaboradores de la Universidad de McGill ha sido desarrollada en los inicios de los años 1960 para evaluar las actitudes relacionadas con las dos variedades lingüísticas en Quebec (el francés y el inglés) y ha servido, desde entonces, a varios estudios actitudinales a través del mundo. Consiste básicamente en estimular reacciones en una muestra de sujetos oyentes (los “jueces”) al hacerles escuchar grabaciones de individuos bilingües, capaces de hablar en las dos lenguas como hablantes nativos, que previamente se grabaron leyendo un mismo texto en las dos lenguas representadas. Los evaluadores piensan que cada pasaje es leído por una persona distinta cuando en realidad se trata de los mismos hablantes. Luego, basándose en lo escuchado, los jueces deben evaluar diversos rasgos psicosociales (como los mencionados anteriormente) de los locutores. La ventaja fundamental de esta técnica es la posibilidad de aislar solamente la variable de la lengua al cancelar todas las que podrían interferir en los resultados, como el tono y la calidad de la voz y el contenido del texto. Sin embargo, se ha criticado la falta de espontaneidad y de naturalidad, ya que esta técnica se basa en grabaciones de textos leídos, los cuales no representan una realidad auténtica de comunicación.

Los cuestionarios y otras técnicas directas, herramienta indispensable para la recolección de datos en los estudios de ciencias sociales en general, se han empleado también mucho en el estudio de las actitudes. Se pueden dividir en tres grupos: los cuestionarios, las entrevistas y la observación directa. En la mayoría de los estudios sobre actitudes se utilizan cuestionarios ya que resulta bastante fácil distribuirlos y recogerlos posteriormente para compilar los datos. Además, ofrecen la posibilidad de incluir una amplia variedad de tipo de preguntas, como las de final abierto y de final cerrado. Las preguntas de final abierto tienen como objetivo, según Agheyisi y Fishman (1970), motivar a los sujetos a expresar sus opiniones personales sobre algún aspecto

de la lengua representada. Por ejemplo, en un estudio de Mendieta (1998: 77) sobre las actitudes lingüísticas de los hablantes hispanos en el estado de Indiana, la investigadora pregunta “¿Dónde cree que se habla ‘buen español’?” La ventaja de esta técnica es, obviamente, la posibilidad para el informante de contestar con toda la complejidad y profundidad que desee y así ir más allá de lo que el investigador anticipe. Sin embargo, la dificultad reside a la hora de tabular los resultados. Por esta razón principalmente, este tipo de preguntas abiertas sirve más para estudios previos o pilotos.

Para recolectar la base de datos “computables” y finales, las preguntas de final cerrado resultan más adecuadas (Agheyisi y Fishman 1970: 148). Éstas suelen hacerse por medio de escalas de diferenciación semántica de tipo Osgood (1957), las cuales permiten que el sujeto clasifique un estímulo en una escala de siete puntos que representan la gradación entre dos calificativos bipolares. Por ejemplo: *Usted considera que este hablante es: refinado \_\_\_:\_\_\_:\_\_\_:\_\_\_:\_\_\_:\_\_\_:\_\_\_ vulgar.* También, se puede utilizar un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios (método de escalamiento Likert) a partir del cual se le pide al sujeto que exprese su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala, los cuales representan diferentes grados de aceptación de la afirmación. Por ejemplo, después de leer la afirmación *El español de Madrid es mejor que el español de México*, el sujeto debe marcar si está:

- muy de acuerdo
- de acuerdo
- ni en acuerdo ni en desacuerdo
- no de acuerdo
- muy en desacuerdo

Además de resultar más fáciles a la hora de tabular, las preguntas de final cerrado ofrecen otra ventaja: eliminan la probabilidad de que al dar su respuesta el informante pierda el foco o que se vaya por otro camino, ya que lo único que tiene que hacer es elegir dentro de una selección ya establecida (Agheyisi y Fishman 1970: 198).

Todas estas técnicas directas sirven para obtener juicios evaluativos de orden social, pero basados en datos lingüísticos, es decir que los prejuicios que se forman en los sujetos evaluadores acerca de los hablantes que escuchan tienen que ver con aspectos sociales, aunque solamente se basen en variables lingüísticas. Por ejemplo, se considera que un hablante X no tiene educación por su forma de pronunciar la *r*. No sólo sabemos que en la vida de todos los días nos basamos en la manera de hablar de los otros para sacar conclusiones sobre su nivel de educación, su ocupación, su nivel socioeconómico, sino también que varios estudios sobre actitudes (Lambert et al. 1960, D'anglejan, A. y Tucker 1973, sobre las actitudes hacia el francés en Quebec, Giles y Powesland 1975, sobre los acentos del inglés en el Reino Unido) han servido para comprobar que

la gente evalúa la personalidad de los hablantes según su manera de hablar. Esta asociación consciente de un rasgo lingüístico con una característica no lingüística constituye un estereotipo lingüístico [...] El estudio de las actitudes subjetivas hacia la lengua es, pues, en cierta medida un estudio de los estereotipos lingüísticos. (Silva-Corvalán, 2001: 67)

### **1.5. Aportaciones de la psicología social**

La psicología social sirvió mucho al estudio de las actitudes al crear los conceptos de *prototipos* y *prejuicios lingüísticos*. El mismo Lambert dividió en tres categorías diferentes las dimensiones psicosociales de la personalidad: la *competencia*, la *integridad personal* y el *atractivo social*. La primera abarca atributos relacionados con la inteligencia, el prestigio social, la ambición, etc., la segunda reúne rasgos como la sinceridad, la bondad, la sencillez, etc. y la última incluye características relacionados con el refinamiento, la educación, el sentido del humor, etc. Algunos autores, como Carranza (1975) y Giles (1985), prefieren dividir las dimensiones de la personalidad en sólo dos categorías, la de *solidaridad (solidarity)* (que incluye aspectos como la bondad, el sentido del humor, la honestidad, etc.) y la del *prestigio (status)* (que se refiere a la educación, la ambición, la inteligencia, etc.) Se ha comprobado más de una vez (Lambert, 1967; Ryan & Giles, 1985; Wölck, 1973) que las variedades minoritarias o de las clases bajas

suelen evocar reacciones negativas en los sujetos evaluadores en cuanto al estatus y al prestigio, mientras reciben mejores resultados en lo que atañe a la integridad personal y al atractivo social. Sin embargo, algunos estudios han tenido resultados sorprendentes que contradicen estas tendencias. Por ejemplo, en su estudio sobre las evaluaciones hacia el habla acentuada (*accented speech*) de los mexicanos americanos, Ryan y Carranza (1975) llegaron a resultados no esperados: Además de ser evaluados más positivamente en la dimensión de prestigio, lo cual concordaba con su hipótesis, los hablantes anglófonos también recibieron puntuaciones más altas en cuanto a la dimensión de la solidaridad. Según los autores, estos resultados inesperados destacan la necesidad de proseguir con más investigaciones en esta área.

#### **1.6. Las actitudes lingüísticas en el contexto escolar**

En el contexto escolar, las actitudes lingüísticas de los maestros y de las figuras de autoridad del sistema en general pueden tener repercusiones importantes sobre el éxito de los alumnos. En los años 60, el sociólogo Basil Bernstein elaboró una teoría que presuponía la existencia de un *código restringido* y de un *código elaborado*. Mientras que el código elaborado, utilizado por los niños de la *middle class*, se caracteriza por su complejidad y su capacidad de expresar sutilezas sin tener que acudir al contexto, es decir a la situación comunicativa hablante-oyente, el código restringido, caracterizado por su simplicidad léxica y sintáctica, es utilizado por los niños de la *lower class* y se ve constreñido a referirse al contexto inmediato por su incapacidad de trascender el tiempo y el espacio. Según la teoría de Bernstein, los niños adquieren uno u otro código según su condición socioeconómica: sólo los de las clases medias y altas pueden acceder al código extendido, por estar en contextos familiares donde hay mucha estimulación comunicativa. Por otro lado, los niños que viven en situaciones más precarias están privados de tal estimulación y, por ende, sólo llegan a comunicarse en el código restringido. El fracaso escolar de estos niños se explicaría entonces,

según esta teoría, por el hecho de que no tienen acceso al código elaborado, único código que asegura éxito en el sistema académico.

De acuerdo con tal teoría, existe el concepto de “fracaso lingüístico”, también conocido como la *teoría del déficit* o la *teoría deficitaria*, elaborada por psicólogos de la educación en los 1960 y 1970 en los Estados Unidos, que supone, por una parte que el código restringido es deficiente (como bien lo indica su nombre) y, por otra, que el niño que lo usa tiene una especie de *handicap* social y cognitivo que le impide comunicarse adecuadamente de forma lógica y eficiente. Así, por el hecho de no tener acceso al código elaborado, el niño no puede lograr éxito en el sistema escolar. Para resolver este problema, se ha creado un programa de educación compensatoria que tenía como afán preparar “lingüísticamente” a los niños del código restringido antes de su primer año en la escuela, para darles las mismas posibilidades que tenían los del código elaborado. Desafortunadamente, el proyecto no ha tenido éxito. Según Silva-Corvalán (2001) eso se debe simplemente al hecho de que “la teoría deficitaria es falsa, diferentes grupos sociales tienen diferentes formas de hablar, pero ninguna de estas maneras es deficitaria, ya que cada una de estas formas de comunicarse es lógica y estructurada. El fracaso tiene raíces socioculturales más profundas que la simple diferencia de códigos lingüísticos” (Silva-Corvalán, 2001: 27). De hecho, en su estudio sobre el BEV (*Black English Vernacular*), que es un buen ejemplo de un dialecto no estándar considerado como un código restringido por parte de los partidarios de la teoría del déficit, William Labov (1972b) ha demostrado empíricamente que los niños de las comunidades negras reciben tremenda estimulación lingüística, que escuchan hasta más frases bien construidas gramaticalmente que los niños de la *middle class* y que forman definitivamente parte de una cultura sumamente verbal (Labov, 1972b: 221). Llega a la conclusión de que “no hay nada en el vernáculo que pueda interferir con el desarrollo del pensamiento lógico, ya que no hay nada en lo que conocemos que nos permita distinguir la lógica del inglés estándar

de la lógica de cualquier otro dialecto del inglés” (Labov, 1972b: 229, *traducción mía*)

En este mismo capítulo en el cual Labov trata de la lógica del inglés no estándar, el autor compara dos discursos, uno proveniente de un locutor del BEV de la *lower class* y otro, de un hablante del inglés estándar de la *middle class*. Después de haber descompuesto cada discurso en fragmentos y de haber hecho el análisis lógico de los enunciados, llega a demostrar cuánto más lógico es el discurso del locutor de BEV que el del locutor del inglés estándar, que una vez despojado de su verborrea<sup>3</sup> artificiosa, queda vacío de sentido congruente. Sin embargo, a primera audición, un oyente hubiera podido quedar impresionado por el discurso “inteligente”, por lo menos en apariencia, del locutor de la *middle class* y hasta bastante ofuscado por el uso de las palabras crudas y poco refinadas del locutor de BEV. La capacidad de pensar y de expresarse lógicamente no tiene que ver entonces con el código utilizado, ya que en este caso con el código restringido se expresó mejor lógica. Lo único que logró hacer el hablante del código elaborado es dejarnos saber que era educado por su elección de vocabulario y dejarnos pensar por un instante que decía algo inteligente. Así lo resume Labov hablando del sujeto en cuestión: “consigue dejarnos saber que es educado, pero al final no sabemos qué intenta expresar, y tampoco lo sabe él” (Labov, 1972b: 220, *traducción mía*).

Como ya lo hemos comentado, la lengua estándar, que suele considerarse como una entidad que existe fuera o separada de los hablantes, está bien cautelada por las instituciones y los agentes del sistema escolar. Es imaginada como un sistema perfecto de reglas coherentes, naturales y lógicas y está colocada jerárquicamente por encima de las demás variedades. El sistema escolar contribuye mucho en la legitimización e imposición de esta

---

<sup>3</sup> Labov contrastó los conceptos de *verbality* y *verbosity*, el primero de los cuales se refiere a la habilidad del hablante de transformar su pensamiento en palabras; y el segundo, a su habilidad de establecer una conversación sin decir mucho en realidad.

lengua estándar y, por lo tanto, en la devaluación de los modos de expresión que divergen de ella. En esta escuela de pensamiento, las lenguas minoritarias tanto como las variedades no estándares se consideran como obstáculos al progreso social e intelectual del aprendiz y su erradicación se considera como la única manera de darle al alumno la posibilidad de tener en el futuro éxito social y económico. La lengua estándar se vuelve entonces mucho más que una mera lengua: es una ventaja social.

En *The forms of Capital* (2001) Bourdieu se refiere a la noción de capital cultural como hipótesis teórica para explicar la desigualdad en el éxito académico de los niños provenientes de diferentes clases sociales al relacionar el éxito académico, es decir los beneficios específicos que los niños de diferentes clases pueden obtener en el mercado escolar, a la distribución de capital cultural entre las clases, lo cual rompe el presupuesto de que el fracaso o éxito académico tiene que ver con las aptitudes naturales del alumno. Bourdieu describe cómo diferentes formas de capital cultural ayudan a mantener el privilegio económico, aunque éstas no estén directamente relacionadas con la economía como tal. El capital cultural se hace evidente en valores intangibles como gustos, conductas, valores y a través de identidades culturales como la lengua y la etnicidad. Algunos signos de capital cultural tienen más valor que otros, aunque no se trate de valor intrínseco. Esto significa que algunos jóvenes resultan desaventajados, comparados con sus pares simplemente por sus experiencias e identidades.

¿Pero qué pasa con las posibilidades de éxito del alumno cuando éste siente desprecio y juicios negativos dirigidos hacia su variedad lingüística de parte de sus maestros? Ya lo hemos visto, los dialectos sociales son simplemente formas distintas de decir lo mismo y

[n]o existe el dialecto social deficiente; pero, por otra parte, cuando un maestro cree que existe, y cuando alguno de sus alumnos o todos ellos lo hablan [...] predispone a los niños al fracaso lingüístico. A eso se le conoce como “hipótesis del estereotipo”: los niños, lo mismo que los adultos, habrán de comportarse de acuerdo con el estereotipo al que han sido asignados. (Halliday, 1978: 36)

Gracias a la psicología educacional y a los varios estudios sobre las actitudes lingüísticas de los maestros docentes sabemos que “el éxito o fracaso de los estudiantes depende en gran medida no sólo de lo que el escolar cree que puede lograr sino también, y de manera importante, de las expectativas del profesor” (Silva-Corvalán, 2001: 34). Entonces los que serán juzgados como más capaces tendrán más posibilidades de éxito que aquéllos de quienes se espera menos. Y no faltan pruebas que confirman que, en regla general, se espera más de un niño cuya variedad materna es la estándar que de un niño que habla una variedad no estándar.

En los años 70, en un estudio llevado a cabo por Frederick William y sus colaboradores sobre la posible influencia (positiva o negativa) de las actitudes de los maestros sobre su forma de calificar a los alumnos, se comprobó que existe una clara conexión entre cómo los maestros evalúan una específica variedad de la lengua estándar (el inglés en este caso) y sus expectativas sobre las posibilidades de éxito del alumno (William, 1973; Fasold, 1984). Sonia Nieto, educadora especializada en multiculturalismo, sostiene que las actitudes y prácticas de las escuelas, las comunidades y la sociedad en general controlan de forma drástica las posibilidades de éxito de buena parte de la población estudiantil. Si una comunidad no abraza la diversidad lingüística de sus ciudadanos, es muy probable que las escuelas y los maestros docentes de esta comunidad tampoco la abracen, ya que al formar parte integrante de dicha comunidad los maestros comparten y adoptan las actitudes sociales dominantes. Luego el maestro trae con él estas actitudes al aula, lo cual perjudicará drásticamente la calidad de la educación que recibirán sus alumnos (Nieto, 1995):

All children come to school as thinkers and learners, aptitudes usually recognized as important building blocks for further learning. But there seems to be a curious refusal on the part on many educators to accept as valid the *kinds* of knowledge and experiences with which some students come to school. For instance, speaking languages other than English, especially those languages with low status, is often thought of by teachers as a

potential detriment rather than a benefit to learning. (Nieto, 2002: 9)

### **1.7. Las actitudes lingüísticas en el contexto hispánico**

En el transcurso de la historia colonial latinoamericana, diversas lenguas nativas fueron marginadas por ser consideradas obstáculos al progreso y al buen desarrollo social de las naciones. Se han escrito o enunciado discursos hegemónicos que legitimaban la empresa colonialista y su acción asimiladora o eliminadora de las lenguas de los indígenas. Estos discursos sirvieron también para implantar políticas lingüísticas represivas que aseguraban la claudicación de dichas lenguas y que oficializaban o legitimaban la imposición de la lengua dominante, el castellano, símbolo de progreso y de unidad nacional. Esta lengua de poder fue el vehículo mismo de los discursos que la defendían y que justificaban su acción glotofágica<sup>4</sup> sobre las lenguas dominadas. Aunque, como ya lo hemos subrayado, la lingüística se haya encargado de demostrar empíricamente que ninguna lengua es superior a otra, en numerosas ocasiones se ha legitimando la imposición de la lengua dominante en detrimento de las demás, así como se ha justificado la “inevitable” extinción de las lenguas indígenas en el proceso de castellanización. Este tipo de contexto lingüístico, donde varias lenguas minoritarias coexisten con la lengua legítima, es muy propicio para el estudio de actitudes lingüísticas.

En el mundo hispánico, la investigación sobre las actitudes lingüísticas ha discurrido por diferentes derroteros, que incluyen líneas de investigación diversas, como por ejemplo las evaluaciones que los hablantes dispensan a determinadas lenguas o dialectos en contextos de diglosia donde coexisten el castellano (variedad alta) y lenguas indígenas (variedad baja) (Alvar, 1986; Wölck, 1973) o en el contexto español, donde el castellano cohabita con las lenguas regionales oficiales (Gómez Molina, 1998). Asimismo, Godenzzi

---

<sup>4</sup> Del término francés *glottophagie* utilizado por el sociolingüista Calvet (2002). La glotofagia es, en pocas palabras, el fenómeno de la imposición de una lengua sobre otra u otras y que hace prever su eventual extinción.

(2005) y Zimmermann (1999) han llamado la atención sobre las aún vigentes ideologías colonialistas y etnocéntricas en América Latina que testimonian un desprecio virulento hacia las lenguas indígenas así como hacia sus hablantes, mientras manifiestan una alta valoración del castellano y de la sociedad considerada *nacional*.<sup>5</sup> También, se han estudiado las actitudes hacia diferentes variedades del español, enfrentando por ejemplo una hispanoamericana con otra peninsular (Alvar, 1983) o bien una hispanoamericana en tierra estadounidense con otra del país de origen (Mendieta, 1998). En el contexto norteamericano, más específicamente en el suroeste de los Estados Unidos, se han llevado a cabo diversos estudios sobre las actitudes lingüísticas hacia el habla inglesa con acento mexicano (*accented english*)<sup>6</sup> (Carranza y Ryan, 1975; Ryan y Giles, 1985).

Ante este abanico de estudios actitudinales, podemos observar que, por regla general, sirven para comparar las actitudes de un grupo o más de individuos hacia variedades lingüísticas (las del *otro* o las propias) y, por lo tanto de sus hablantes, quienes gozan de distinto prestigio, de distinta posición en la jerarquía social. Ahora, la mayoría de los estudios han comparado sistemas diferentes (por ejemplo el español vs el guaraní) y aun cuando se han comparado distintas variedades de una misma lengua, muy rara vez se han incluido más de dos variedades. En *Attitudinal research on Hispanic language varieties* (1982), Carranza subraya la importancia de considerar el continuo completo de alternativas de habla de una comunidad lingüística más que de limitarse a dos o tres variedades: “Este expandido continuo de habla incluiría las variedades de lengua consideradas como menos

---

<sup>5</sup> Hay que destacar el caso muy particular del Paraguay, donde la lengua guaraní goza de un real reconocimiento nacional. El guaraní, que tiene un alto valor social para los paraguayos, es hablado por 95% de la población, y es lengua oficial de Paraguay, junto con el español, desde 1992. Así, no sólo se le otorga un valor sentimental o cultural al guaraní, sino también un valor nacional: “whereas, in all of the other Latin American countries, Indian languages take a secondary role, in Paraguay, the indigenous language, Guarani, is the paramount symbol of Paraguayan nationality” (Rubin, 1985: 111) (ver también Rubin 1968 y 1974)

<sup>6</sup> Aquí, queremos mencionar que no estamos de acuerdo con el uso de la expresión *accented english*. Siendo el acento la manera de pronunciar las vocales y las consonantes y el uso de cierta entonación, se aplica a cada hablante. El mexicano notará el acento del español, quien notará el acento del argentino, quien notará el acento del uruguayo, y etc. Todos hablamos con acento, así que la expresión *accented english* nos parece inadecuada.

prestigiosas (como el caló y el jopara), las cuales son a menudo pasadas por alto en la investigación de las actitudes” (1982: 82, *traducción mía*).

Dentro de las variedades del continuo de habla de la mayoría de las lenguas, existe una que suscita tremendas reacciones y que, más aún, recibe los peores juicios y hasta se ve excluida de muchos espacios en la sociedad, como la escuela, la iglesia o cualquier lugar “decente” o digno de formalidad. Esta variedad no sigue las reglas establecidas por las academias, los diccionarios y las gramáticas prescriptivas, sino que más bien es modelada por sus usuarios, casi a su gusto, rompiendo justamente el orden de la lengua estándar: el *slang*. Esta variedad de habla, que es resultado de una creatividad lingüística notable y que incluye en su seno todos los tabúes de la sociedad así como las palabras soeces, las palabrotas, las groserías, las palabras “malas”, o como se diga, muchas veces ofende y molesta, aunque todos, o casi, la usemos o la hayamos usado en algún momento. Es la variedad de habla que más provoca reacciones, que más indigna, que recibe la gran inculpación de deteriorar y empobrecer la lengua. Sin embargo, hasta donde sepamos, no suele incluirse el *slang* en un estudio actitudinal.

## CAPÍTULO II

### 2. EL SLANG

*En nuestro lenguaje diario hay un grupo de palabras prohibidas, secretas, sin contenido claro, y a cuya mágica ambigüedad confiamos la expresión de las más brutales o sutiles de nuestras emociones y reacciones. Palabras malditas, que sólo pronunciamos en voz alta cuando no somos dueños de nosotros mismos.*

*Confusamente reflejan nuestra intimidad: las explosiones de nuestra vitalidad las iluminan y las depresiones de nuestro ánimo las oscurecen. Lenguaje sagrado, como el de los niños, la poesía y las sectas. Cada letra y cada sílaba están animadas de una vida doble, al mismo tiempo luminosa y oscura, que nos revela y oculta. Palabras que no dicen nada y dicen todo. Los adolescentes, cuando quieren presumir de hombres, las pronuncian con voz ronca. Las repiten las señoras, ya para significar su libertad de espíritu, ya para mostrar la verdad de sus sentimientos. Pues estas palabras son definitivas, categóricas, a pesar de su ambigüedad y de la facilidad con que varía su significado. Son las malas palabras, único lenguaje vivo en un mundo de vocablos anémicos. La poesía al alcance de todos. (Octavio Paz, 1950)*

### 2.1. Definir el slang

Lo primero que uno nota a la hora de estudiar el fenómeno del *slang* es la dificultad de definirlo. De hecho, en *Bad Language* Andersson y Trudgill (1990) inician su capítulo sobre el *slang* así: “There is no good definition of slang available in the literatura”. Aunque de cierta manera todos sepamos lo que es, que lo podamos reconocer, aunque todos en algún momento hayamos hablado de él, acudido a él o reaccionado ante él, a la hora de ofrecer una definición consistente del *slang*, nos damos cuenta de la dificultad que tal tarea conlleva, sea por la escasez de estudios serios hechos sobre el tema o por el miedo de caer en los clichés. Mattiello, en su reciente estudio sobre el *slang* comenta:

The phenomenon of slang constitutes an open question for lexicography and sociolinguistics. Unfortunately, there is little agreement on the identification and definition of slang, so that the phenomenon is currently controversial. The concept of slang has been inaccurately defined by many lexicographers who tend to restrict it to informal or bad language, and the term “slang” has been improperly used by many socio-linguists who conflated it with such language varieties as cant, jargon, dialect, vernacular or accent. (Mattiello, 2008: 7)

Otros autores rechazan la idea de definir lingüísticamente el *slang* afirmando que no hay ningún criterio “objetivo” o lingüístico propiamente hablando que lo diferencie de cualquier otra variedad de habla. Roth-Gordon (2002), en su estudio sobre el *slang* brasileño, considera que el simple hecho de definir el *slang* consiste en un acto ideológico: “There are no linguistic criteria which isolate the lexical features associated with slang from lexical items associated with [...] the standard language. Instead, linguistic resources come to be recognized as slang through an ongoing social process which relates certain linguistic forms and uses to individual speakers, social groups, and real-world speaking contexts” (Roth-Gordon, 2002: 4).

Antes de entrar con más profundidad en el tema del *slang*, es necesario justificar nuestra elección de la palabra anglosajona *slang* en lugar de su equivalente en español. La razón es muy sencilla: *no existe* su equivalente en español. Las palabras que más se acercan a su significado, como *jerga*, *argot*

y *caló*, llevan matices específicos a cada uno y se diferencian entre sí. En efecto, la jerga es una “modalidad lingüística especial de un determinado grupo social o profesional cuyos hablantes usan sólo en cuanto miembros de ese grupo” (*Vox Diccionario de uso del español de América y España*, 2002), por ejemplo, la *jerga médica*. La jerga juvenil tal vez se pueda acercar más a la idea del *slang*, pero queda restringida de modo exclusivo a la forma de hablar de los jóvenes. En cuanto al *argot* (del francés), la mayoría de los diccionarios ofrecen una definición muy similar a la de la jerga, con la diferencia de que en algunos casos se ofrece una segunda acepción que define el argot como *jerga de los maleantes*, lo cual resulta también restrictivo, además de introducirse arbitrariamente una valoración moral negativa. En lo que atañe al *caló*, los diccionarios lo suelen considerar como *el lenguaje de los gitanos españoles*. En el contexto latinoamericano existe el llamado *caló chicano*, que se refiere a la jerga que fue desarrollada en los años 1930-1940 por los pachucos<sup>7</sup> en el sur de los EEUU. El *caló chicano* fusionó muchas palabras del inglés, del español mexicano y hasta del español del siglo XV (conservadas en algunas partes del Norte de Nuevo México). Aunque muchas veces se comparan, no hay que confundir el *caló chicano* con el *spanglish*, ya que el último no se limita al ámbito mexicano.

En el *Diccionario del español usual de México* (2002), el *caló* se asocia, como en el caso del argot, con el habla de los ladrones y maleantes, por medio de la cual se reconocen entre sí, impidiendo parcialmente la comprensión de su habla a las personas fuera de su grupo. El término *caló* se utiliza hoy en día de forma general en México para referirse al lenguaje popular no estándar; sin embargo, por su asociación con el *caló chicano* y por la definición muy específica ofrecida por la mayoría de los diccionarios de ser el lenguaje de los gitanos españoles, decidimos que, al igual que *jerga* y *argot*, no era un término adecuado para designar nuestro objeto de estudio. El término *slang*

---

<sup>7</sup> Los pachucos son jóvenes mexicanos americanos del sur de los EEUU que desarrollaron su propia subcultura en la primera mitad del siglo XX. Se reconocen por un particular y llamativo estilo vestimentario y también por su forma de hablar.

no evoca la connotación de ser el lenguaje de un grupo restringido, sino la de ser una variedad accesible a todos los hablantes:

Slang is not a special language in that strict sense of delimitation whereby people and groups of people distinguish themselves definitely and irrevocably from others by the language they use. Slang is a language variant open to be used by anybody who might choose it as a specific stylistic variant. (Sornig, 1989: 61-62)

## 2.2. La concepción de Dumas y Lighter

En un texto titulado *Is Slang a Word for linguistics?* (1978), antes de proponer su propia definición, Dumas y Lighter ofrecen una buena muestra de lo que se ha escrito sobre el *slang* en la literatura, constatando que abundan los estudios que rebosan subjetividad y que, sin dar una real definición de lo que es el *slang*, sólo transparentan prejuicios al sacar conclusiones perniciosas sobre el valor social e intelectual de sus usuarios. Sin quedar muy satisfechos por los estudios hechos en este campo, los autores invitan a repensar la noción de *slang*. En lugar de desarrollar una definición propiamente hablando, proponen una serie de cuatro criterios, debiendo una palabra corresponder al menos en dos criterios para considerarse como *slang*:

1. Si bien temporalmente, el uso del *slang* baja la solemnidad de un discurso formal o escrito.
2. Su uso implica que el usuario esté familiarizado con aquello a lo que se está refiriendo, o con el grupo de personas que sí están familiarizados con lo referido.
3. Es tabú en el discurso ordinario de personas con un estatus social más alto.
4. *Se utiliza como sinónimo de un término convencional bien conocido*, con el propósito de proteger al usuario de una incomodidad que podría causarle el uso de la palabra convencional. (1978: 10-11) (énfasis mío)

Sin entrar en un debate sobre la validez de cada uno de estos criterios, simplemente queremos subrayar el hecho de que, a través de estas calificaciones, el *slang* aparece como una variedad de habla que, por una parte, disminuye el nivel de formalidad de la lengua y, por otra, sirve “en lugar de” la lengua “normal”. Las palabras del *slang* serían entonces como términos sinónimos (criterio 4: *It is used in place of the well-know convencional synonym...*) (1978: 15), pero de menor estatus, respecto de las palabras equivalentes en la lengua estándar. Queremos poner en tela de juicio esta idea de “equivalencia”. En un texto titulado *La descripción del vocabulario no-estándar*, Luis Fernando Lara (2005) arroja luz sobre el hecho de que el “lenguaje de descripción” del significado siempre es la lengua estándar, sea por su flexibilidad sintáctica, por su generalidad social o su poder de irradiación normativa. Menciona la inexistencia de diccionarios que acudan al vocabulario no-estándar para describir éste mismo y critica la creencia tradicional que se deriva del hecho de que “la descripción del significado en lengua estándar es sinónima de la voz no-estándar” (Lara, 2005: 56):

El vocabulario no-estándar, en cuanto tradición verbal de la cultura hispánica popular, gana su valor precisamente de su capacidad significativa y por eso no tienen una versión equivalente en el vocabulario estándar. Si la tuviera, perdería su valor expresivo y terminaría por desaparecer, cediéndole el lugar al estándar. (*op cit*)

Si tomamos como ejemplo la palabra *desmadre*, el *Diccionario breve de mexicanismos* (2004) dice: *m. Desorden, desorganización, lío. Es voz malsonante*. En lugar de una descripción del significado de *desmadre*, lo que tenemos aquí es una especie de “traducción” en lengua estándar. Pareciera tratarse de un diccionario bilingüe, pero en vez de ser de *Español / Inglés*, por ejemplo, es de *Lengua no-estándar / Lengua estándar*, insinuando que se dan equivalencias entre las palabras. Así, al igual que *coche* significa *car*, *desmadre* significa *desorden*. Lo único que los diferencia, tal vez, sería la especificación subjetiva de *voz malsonante*. Además, no se incluye ningún ejemplo de la manera en que se puede usar, así que el extranjero en México

que escucha en la calle a un joven decirle a su amigo: “Seguro que voy a ir, ¡me encanta el desmadre!” y que busca una aclaración en su *Diccionario breve de mexicanismos*, se quedará algo perplejo<sup>8</sup>. Si las palabras del *slang* realmente fueran intercambiables, entonces ¿cuál sería su razón de ser? El *valor expresivo* del cual habla Lara es esencial para definir el *slang*.

Aunque en algunos casos pueda existir un sinónimo formal en la lengua estándar de una palabra del *slang* (ej: *la neta* (*slang* mexicano) / *la verdad* (español estándar)), a veces, el término del *slang* conlleva matices que ningún equivalente en lengua estándar puede expresar. Por ejemplo, la palabra *milf*, del *slang* anglosajón, que proviene del acrónimo MILF (*Mother I'd Like to Fuck*), significa una mujer-madre que tiene mucho *sex appeal*, que es atractiva, lo cual en lengua estándar sólo puede traducirse con perífrasis (una madre que es sexualmente atractiva), ya que ésta no tiene una sola palabra que expresa lo mismo. Ahora, veamos un ejemplo en español: Derivada de la palabra náhuatl *chichihuali* existe en español mexicano *chichis* (pechos de mujer). La expresión *pedir chichi*, que significa “solicitar ayuda, protección o trabajo de modo humillante, reconociéndose incapaz de valerse por sí solo” (Prieto, 1986: 113), al evocar la imagen del niño pequeño llorando para que le den el pecho, conlleva matices, como la idea de patetismo y de falta de orgullo, que no se hallan en sus (no) equivalentes *pedir un favor* o simplemente *rogar* de la lengua estándar. El valor expresivo tanto como la efectividad del *slang* son elementos cruciales que uno no puede ignorar a la hora de describir el vocabulario no-estándar.

Ahora, regresemos a la concepción del *slang* de Dumas y Lighter. Los autores dicen:

[...] ordinary dialect, colloquialisms, jargon, and Standard English may fit any one of the criteria or none of them but never two or more. When something fits at least two of the criteria, a linguistically sensitive audience will react to it in a certain way. **This reaction, which cannot be measured, is the ultimate**

<sup>8</sup> En este contexto, *desmadre* se refiere a una fiesta con muchos excesos, alcohol, drogas, baile, peleas, desorden, locura, etc.

**identifying characteristic of true slang.** (Dumas y Lighter 1978: 16, *énfasis mío*)

Si la verdadera característica identificadora de una palabra *slang* reside en la reacción producida en el oyente al escucharlo, entonces la importancia del contexto comunicativo (a quién se está dirigiendo uno y en qué situación social se está utilizando) se revela crucial, lo cual tiene mucho sentido.<sup>9</sup> Sin embargo, esto debería implicar que una misma palabra pueda o no ser *slang* dependiendo de quien la escuche, ya que no suscitará las mismas reacciones en cada individuo. Roth-Gordon (2001) hace la crítica a Dumas y Lighter de basarse en la “sensibilidad lingüística” de un auditorio supuestamente no-usuario del *slang* cuando dicen: “a linguistically sensitive audience will react to it in a certain way.” Al tomar por sentado que un auditorio “neutro” está formado de locutores de la lengua estándar, se deduce, por una parte, que ésta consiste en la lengua “normal” (lo cual alimenta la concepción del *slang* como variedad marcada, como “anormal”) y, por otra, se ignora el hecho de que, en otros contextos, será el uso de la lengua estándar el que provoque reacciones.

### 2.3. La dicotomía formal/informal

Muchas otras definiciones del *slang* fomentan la dicotomía *formal/informal*. En *Slang and sociability*, por ejemplo, Elbe (1994) dice, de acuerdo con Dumas y Lighter: “Slang words always diminish the formality of a conversation in which they occur, as in *Would you lend me some bread?* versus *Would you lend me some money?*” El problema con esta afirmación, según Roth-Gordon, es que, otra vez, se hace desde la perspectiva de un no-usuario del *slang*. Desde este ángulo, la palabra *bread* en lugar de *money* vuelve la conversación marcada [+informalidad] No obstante, en el contexto de un joven que se junta con su grupo de amigos al salir de la escuela, sonaría mucho más normal que dijera “¿Qué onda cabrones?” que “Buenas tardes,

---

<sup>9</sup> Una palabra no cobra su significación fuera de contexto; y esto es particularmente válido para una palabra que lleva tanta connotación, como es el caso del *slang*.

*¿cómo están amigos?*” En este tipo de escenario sería más bien la segunda opción que sería marcada [+formalidad]. De hecho, el joven que la elegiría en lugar de la primera estaría muy seguramente rompiendo normas de registro y ciertamente suscitaría una reacción en sus amigos. En este contexto entonces, la variedad que suscita reacción no es el *slang*, sino la lengua estándar. “The assumption that slang is inherently informal perpetuates a notion of slang as marked speech, occasionally drawn upon by speakers to tone down the formality of their otherwise unmarked (and formal) utterances” (Roth-Gordon, 2001: 9).

#### **2.4. La concepción de Roth-Gordon**

En su discusión, Roth-Gordon hace referencia al consejo de Giles de alejarse de las definiciones objetivas de contextos de habla en términos predeterminados de formalidad/informalidad para adoptar una más subjetiva descripción de cómo los hablantes mismos definen una situación: “Indeed, what is a serious formal topic for some, could be an utterly trivial irrelevance for others” (Giles, 2001: 211, citado en Roth-Gordon, 2002) No se puede entonces establecer una división objetiva y fija entre una situación formal y una situación informal, ya que no existe una nítida delimitación entre los dos tipos de situación. Andersson y Trudgill (1990), que también consideran el aspecto de la formalidad/informalidad en su estudio del *slang*, concuerdan que, aunque esté reservado para los contextos más informales de la vida social, el *slang* sigue siendo un concepto muy relativo: “What is slang for one person, generation or situation may not be slang for another” (1990: 70). También, la relatividad del concepto de *slang* se puede observar en el transcurso del tiempo. Los autores toman a título de ejemplo la palabra *tête* del francés, que proviene de la palabra coloquial y despectiva *testa* del latín, que significaba *olla*. Con el tiempo, cambió el estatus de la palabra, se incorporó a la lengua estándar y hoy en día *tête* es tan normal y neutro como “brazo”, “oreja” o “cabeza” en español: “Words circulate in the language.

Many old slang words are accepted and taken into the neutral styles. After a generation or two, there is nothing slangy left in them” (*op cit*: 81).

Aunque nos parezca de lo más obvio, hay que enfatizar el hecho de que, en sí, no existe una palabra “mala”. Cómo lo dijo Fontanarrosa, con un tono humorístico, en el III congreso de la Lengua en Argentina, “yo me pregunto por qué son malas las malas palabras, quién las define como tales y por qué [...] ¿O es que acaso las malas palabras les pegan a las buenas? ¿Son malas porque son de mala calidad, cuando uno las pronuncia se deterioran?”<sup>10</sup> Las palabras son “malas” solamente a los ojos (u oídos) de quienes las juzguen de tal manera. Es la cultura, la ideología de la cultura de cada contexto social en el tiempo y el espacio que define qué es correcto, noble, bueno, qué es incorrecto o malo (Andersson y Trudgill, 1990: 35). Sólo hay que echarle un vistazo al caso de las “malas” palabras en Quebec para darnos cuenta de eso. Cualquier visitante en la provincia de Quebec se quedará muy sorprendido (y hasta se burlará – sobre todo si es francés) al constatar que las palabras *tabernacle* (tabernáculo), *câllice* (cáliz) y *hostie* (hostia) son “malas”, (menos el español, para quien “hostia” también es palabra mala). De hecho, resulta bastante interesante ver cómo las palabras que una cultura considera como malas, así como sus creencias y actitudes lingüísticas en general, nos pueden revelar mucho sobre ésta. En el caso de Quebec, nos informa sobre la omnipresencia de la Iglesia y del clero en la vida cultural, social y política de los quebequenses a través de la historia, hasta la revolución tranquila de los años 1960. La presencia constante y la dominación de la Iglesia causaron una saturación en los individuos, la cual se manifestó lingüísticamente a través de una profusión de blasfemias (*les sacres*) (Bougaïeff, 1980: 840). Entonces, en Quebec, si un conductor enojado contra el tráfico dice “hostie de câllice de tabarnacle de trafic!” (lo cual se pronuncia “*osti d’côlisse de tabarnak de trafic!*”, y significa literalmente ‘hostia de cáliz de tabernáculo de tráfico’), sonará muy fuerte, muy “malo”, para el compatriota que lo escucha, quien

<sup>10</sup> Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=ErGLhqYJOrk> (primera parte) y [http://www.youtube.com/watch?v=J\\_KpLnsq9A8&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=J_KpLnsq9A8&feature=related) (segunda parte)

entenderá en esta serie de palabras toda la inmensidad de su ira. Sin embargo, para cualquier extranjero, estas palabras causarán más gracia que otra cosa.

### **2.5. El *slang* como innovación lingüística**

Volviendo a la tarea de definir el *slang*, consideremos los aspectos que con más frecuencia se mencionan: Aunque los investigadores se concentran en distintos aspectos del *slang*, se destacan tres características: (1) El *slang* baja el nivel de formalidad de un discurso. (2) El *slang* identifica a miembros de un grupo. (3) El *slang* se opone al orden establecido. (Eble, 1996: 116). Ya demostramos el problema que conlleva el primer punto: El hecho de considerar el *slang* como inherentemente informal se basa en el presupuesto de que la formalidad representa la “normalidad”, lo cual vuelve toda divergencia marcada. Además, perpetúa la idea de que el hablante de *slang* acude a éste por falta de conocer mejor vocabulario, alimentando la famosa reputación que tiene el *slang* de empobrecer la lengua: “Slang and informal speech are often understood as some sort of linguistic default for marginalized speakers. Formal language carries connotations of learning and attention to speech, while informal language is incorrectly assumed to suggest the lack thereof” (Roth-Gordon, 2001: 10). Sin embargo, no faltan pruebas empíricas para comprobar que el *slang* es, sin lugar a dudas, un lugar de innovación, de increíble creación lingüística. Por ejemplo, en su estudio sobre el *slang*, Andersson y Trudgill (1990: 88) preguntaron a 55 adolescentes de entre 13 y 14 años que escribieran una lista de las palabras que conocían para significar “persona estúpida”. Al hacer el cómputo, los autores terminaron con una lista de 129 expresiones. Concluyen que si los padres se quejan de que sus hijos no tienen tanto vocabulario como en su época - porque claro, en su época todo era mejor -, tal vez no sea porque en realidad los niños carezcan de vocabulario, sino simplemente porque no es el vocabulario que los padres quisieran que tengan. Podemos añadir a esto que en muchas esferas semánticas, el *slang* ofrece una cantidad impresionante de

léxico ahí donde la lengua estándar se queda con sólo una o dos opciones. Pensemos un instante: ¿Cuántas palabras hay para decir *pene* y *vagina* en la lengua estándar? ¿Cuántas más existen en realidad? Además, la creatividad lingüística del *slang* no se limita al ámbito léxico. Existen una infinidad de procesos lingüísticos, tanto morfológicos y sintácticos como semánticos, a los cuales los creadores del *slang* someten la lengua (ver Sornig, 1981; Mattiello, 2008).

Existen tres maneras principales por las cuales la lengua adquiere expresiones del *slang*: puede ser que se inventen nuevas expresiones; que palabras ya existentes en la lengua estándar adquieran nuevos usos o formas; o que se trate de préstamos de otras lenguas (Sornig, 1981: 82). En el caso de *güey*, como lo veremos en la parte dedicada a su descripción, se trata de una palabra de la lengua estándar (*buey*) que cambió tanto en su forma (*güey*), como en su(s) significado(s) y su(s) función(es). Uno se puede preguntar ¿cómo ocurre tal fenómeno? Andersson y Trudgill (1990) contemplan dos maneras de verlo: una pone al individuo en una posición de “víctima” que sufre la influencia de las nuevas tendencias lingüísticas y que sin quererlo realmente adopta nuevas expresiones o palabras; y la otra toma al individuo más como actor que adopta de forma consciente y voluntaria las novedades lingüísticas. Los autores no ofrecen una respuesta categórica: por una parte, consideran que se halla algo de verdad en ambas teorías y, por otra, que la cuestión no se ha estudiado lo suficiente para sacar conclusiones definitivas. Sin embargo, según ellos, es crucial profundizar los estudios en esta dirección, es decir en cómo las actitudes juegan un papel decisivo en el cambio lingüístico:

If it is the case, as we believe, that an individual's usage and changes in usage to a great extent are controlled by the individual's attitudes to language, then there are very good reasons to give these attitudes more consideration within the study of language. The study of these attitudes, linguistic ideologies, and even what we call bad language, may in fact be central rather than peripheral to many linguistic questions. (Andersson & Trudgill, 1990: 48)

## 2.6. El *slang* como símbolo de pertenencia

El segundo aspecto característico del *slang* según Eble es su función como símbolo de pertenencia a un grupo (1996: 116). Esta concepción del *slang* se inscribe particularmente en la corriente de la psicología social, que se interesa mucho por las cuestiones de identidad de grupo. Como lo expone Drake (1980), el fenómeno del *slang* se puede (y se debería) estudiar no solamente desde una perspectiva sociolingüística, sino también desde el punto de vista de la psicología social. De esta manera, el *slang* se analizaría como un comportamiento lingüístico. En su estudio, el autor intenta demostrar el valor teórico de la psicología social para la lingüística y sostiene que varias teorías de la psicología social pueden ser aplicadas al fenómeno del *slang*, sobre todo las de Henri Tajfel y Howard Giles. A través de esta perspectiva, el *slang* se estudia como un fenómeno de grupo y se relaciona, por lo tanto, con el concepto de la identidad de grupo. Mientras Dumas y Lighter se concentran en la idea de *distancia* (“[slang] is used deliberately to flout a conventional social or semantic norm”, (1978: 12)), Drake analiza el *slang* desde un punto de vista psicológico, abrazando más bien los conceptos de *solidaridad* y de *alienación* para definirlo: “Slang is by implication a group phenomenon and connected with group identity” (Drake, 1980: 65). Por esta razón, la distinción entre *jerga* y *slang* no es válida para Drake, ya que el comportamiento es el mismo: aunque uno sea de alto estatus y el otro de bajo, en los dos casos, es cuestión de hacer distinción entre grupos: “When social psychological factors are taken into account, slang and jargon can be seen as the same behaviour fundamentally” (*op cit*). El autor llega a la conclusión de que el análisis estrictamente sociolingüístico del *slang* puede llevar a uno a malentender la naturaleza de éste por el hecho de enfatizar la función de estatus en detrimento de la función de grupo. En esta misma línea de pensamiento, Eble considera el *slang* como un conjunto en constant evolución de palabras y frases coloquiales que los hablantes usan para establecer su identidad social o cohesión dentro de un grupo (Eble, 1996: 11).

Según Roth-Gordon, el hecho de basarse en el concepto del *slang* únicamente como símbolo de solidaridad social y de coerción dentro del grupo sugiere una distinción artificial entre el *slang* y la lengua estándar, lo cual perpetúa la concepción del *slang* como variedad “marcada” y en consecuencia alimenta las actitudes negativas hacia las variedades no-estándares:

While I do not doubt that speakers use slang to identify themselves with others [...] emphasizing this as a unique aspect of slang suggests an artificial distinction between slang and the standard language. Underlying this view is again the idea that slang is somehow inherently marked. It is as if speakers call upon slang when they want to communicate important distinctions between themselves and others and draw from the standard lexicon if they only need to get their actual message across. This is obviously an artificial and impossible separation. Speakers communicate referential and social information every time they speak. (Roth-Gordon, 2002: 10)

El hecho de evitar el uso del *slang* y de usar estrictamente la lengua estándar, ¿no será simplemente otra manera de establecer y reforzar la identidad social o la coerción dentro de un grupo? Sólo que en este caso, se trataría más bien de un grupo del *mainstream*. Roth-Gordon no niega que el *slang* pueda estar al servicio de las funciones *in-group/out-group*, así como ser un símbolo de identidad. Sin embargo, este aspecto del *slang* no lo distingue de todas las demás clasificaciones lingüísticas (jergas, dialectos, registros, lengua estándar, etc.): “The study of language in use is necessarily a study of how speakers engage in a process of locating themselves in relation to others” (2001: 11).

Si queremos considerar el *slang* en el marco de un estudio sobre las actitudes lingüísticas, no podemos basarnos en una teoría que no considera como relevante la diferencia entre *jerga* y *slang*. Resulta crucial, en un estudio de actitudes, ya que los dos modos de expresiones suscitan prejuicios lingüísticos muy diferentes, incluso totalmente opuestos. Mientras un maestro de escuela se puede sentir ofendido por una manera de expresarse de un alumno que utilice *slang* en su aula de clase, el paciente, que no entiende nada de lo que hablan juntos dos médicos, puede quedarse impresionado y hasta con admiración ante el uso de esta jerga médica, tan

“complicada” y “sofisticada”. El factor del *prestigio*, para nuestro tipo de investigación, es esencial. Además, si bien debe de haber razones comparables de por qué un hablante utiliza jerga o *slang*, como las mencionadas por Drake, como las de pertenencia a un grupo, de identidad, etc., existen también otras características bien peculiares asociadas al *slang*, como lo veremos, que ponen en duda que uno acuda a éste con el mismo propósito con el que un hablante recurre a la jerga. Dicho esto, la advertencia de Drake, de que un análisis estrictamente sociolingüístico del *slang* nos puede impedir un buen entendimiento de la esencia del *slang* merece que la tomemos en cuenta y, aunque prestemos mayor atención al aspecto social que psicológico, por las obvias razones que hemos mencionado, no podemos tampoco ignorar las razones psicológicas que motivan a un individuo a utilizar el *slang*. Además, tal vez en estas razones podamos encontrar alguna pista que nos ayude a comprender las actitudes lingüísticas hacia el *slang* y sus usuarios.

### 2.7. El *slang* como oposición al orden establecido

El último punto de Eble (1996), que estipula que el *slang* se opone a la autoridad establecida, es el aspecto que más concuerda con las teorías de Roth-Gordon (2001), Andersson y Trudgill (1990) y Sornig (1981). De hecho, Roth-Gordon se basa fundamentalmente en este aspecto del *slang* para definirlo:

Slang speaking is an ongoing process of meaning-making whose defining characteristic is its association with marginalized and or powerless speakers. [...] Slang is an aggregate of **shared lexical resources that are perceived to lack legitimacy**, most often due to their association with **speakers who have not been endowed with meaning-making rights by the dominant society**. (Roth-Gordon, 2002: 13, *énfasis mío*)

Esta definición recuerda la teoría del *valor impuesto* de Giles y al. (1979), que sostiene que una variedad lingüística es evaluada según el grupo social con el cual se asocia. Según la autora, el *slang* se asocia con hablantes marginalizados o que están en una relación de inferioridad en cuanto a las

relaciones de poder establecidas en la sociedad. La idea de *percepción* es esencial en la definición de Roth-Gordon (“*perceived*” to lack legitimacy) porque considera que es imposible definir el *slang* sin tomar en cuenta las ideas que la gente tiene acerca del lenguaje en general y de ciertos hablantes en particular. Una definición del *slang* sólo puede sostenerse (2001: 15) a través de las ideologías lingüísticas y de las relaciones imaginadas entre lengua y hablante. Esto corrobora la pertinencia de incorporar el *slang* en un estudio actitudinal.

La definición propuesta por Roth-Gordon también incluye el aspecto de la innovación lingüística, pero con un matiz interesante: el *slang* es percibido como no legítimo, por ser el resultado creativo de hablantes que no “deberían” tener el derecho de perturbar y cambiar la lengua a su gusto. En este sentido, el *slang* desafía las convenciones lingüísticas y sociales y se entiende como una perturbación del orden establecido: “slang speakers are perceived to mess with established linguistic meaning” (2001: 15). De “meterse con el significado” (*to mess with meaning*), es decir el hecho de jugar con el signo lingüístico, de romper las relaciones lingüísticas aparentemente fijas entre la forma y el significado, consiste no solamente en una oposición a la autoridad establecida sino que además pone en tela de juicio uno de los grandes principios propuestos por el padre de la lingüística moderna.

En el *Cours de linguistique générale*, Saussure dice lo siguiente :

Si par rapport à l'idée qu'il représente, le signifiant apparaît comme librement choisi, en revanche, par rapport à la communauté linguistique qui l'emploie, il n'est pas libre, il est imposé. La masse sociale n'est point consultée, et le signifiant choisi par la langue, ne pourrait pas être remplacé par un autre. [...] non seulement un individu serait incapable, s'il le voulait, de modifier en quoi que ce soit le choix qui a été fait, mais la masse elle-même ne peut exercer sa souveraineté sur un seul mot ; elle est liée à la langue telle qu'elle est. (Saussure, 1995: 104)

Es muy lógico que un solo individuo no pueda modificar la lengua, siendo ésta un asunto que implica por lo menos dos personas: “meaning is by nature

a business between two people” (Sornig, 1981: 18). Sin embargo, sólo falta que otra persona esté de acuerdo con una modificación del significado para que se vaya expandiendo poco a poco la creación. En la teoría de Saussure el individuo no tiene ningún poder en absoluto sobre la lengua. Sin embargo, la manipulación de material expresivo siempre empieza por un impulso individual (Sornig, 1981: 68). Aunque la modificación resultante se vuelva o no de uso general, su origen es idiolectal:

Poets and creators of slangisms are as it were propagating the secret that anything can be called by a different name, and thereby changed in its very nature. The other secret is this: the only things needed are linguistic *courage* and somebody to *join in the game*. (Sornig, 1981: 71)

Sornig compara los creadores de *slanguismos* con poetas porque, en los dos casos, se trata de interpretar la realidad de *otra* manera. Cuando la realidad se percibe de forma *distinta* (o desde otro ángulo) de la corriente dominante, esta visión alterada se refleja en la estructura lingüística y se simboliza por una modificación estructural: “The interpretation of reality, i.e. the modification of perception and opinion, is one of the poet’s tasks; it is also a motive for the creative user of colloquial language, the author of linguistic sub-norms” (*op cit*: 70). También, el *slang* tiene en común con la poesía su abundante uso de lenguaje figurativo, rebosando metáforas, eufemismos, ironía, hipérboles, comparaciones, juegos de palabras, rimas, etc. Ahora bien, está claro que el creador del *slang* no recibe el mismo reconocimiento que el poeta: la sociedad dominante no lo ha dotado del derecho de cometer tales transgresiones:

Innovation has to do, intrinsically, with re-evaluation, linguistic and social, and this is what, surprisingly if not paradoxically, is in ever unabated demand, though it is constantly being discriminated against by all those who, having arrived at fixed normative conventions, especially of an evaluative kind, do not want existing conventions to be questioned, lest so-called values, the ephemeral results of evaluative processes, be jeopardized. (Sornig, 1981: 72)

## 2.8. El carácter intencional del *slang*

La gran mayoría de los autores dedicados a estudiar el fenómeno del *slang* concuerda que éste tiene un carácter intencional (Dumas and Lighter, 1978; Sornig, 1981; Andersson, 1990). El uso del *slang* desde esta perspectiva consiste entonces en una *decisión*, una voluntad. El hablante lo usa con toda la intención de crear cierto efecto, de suscitar alguna reacción y de manifestar asimismo su rechazo de las convenciones sociales y lingüísticas establecidas por la sociedad dominante. Esta concepción contradice la muy difundida impresión, la cual ya hemos intentando desmentir, de que el *slang* es el triste resultado de una carencia de aptitudes lingüísticas por parte del hablante:

To use slang is to deny allegiance to the existing order, either jokingly or in earnest by refusing even the words which represent convention and signal status; and those who are paid to preserve the status quo are prompted to repress slang as they are prompted to repress any other symbol of potential revolution. (Sledd, 1965: 699, citado en Dumas y Lighter 1978: 12)

En esta perspectiva, estando el hablante de *slang* desprovisto de poder económico o de reconocimiento social, recurre a la lengua como expresión de rebeldía hacia una sociedad que lo mantiene marginalizado. Sornig va hasta afirmar que esta oposición hacia el orden establecido es la esencia misma de las transgresiones lingüísticas, que el espíritu de rebelión es una de las fuerzas más influyentes en la innovación lingüística (Sornig, 1981: 73).

En *Language and Symbolic Power* (1991), Bourdieu explora el *slang* en relación con la repartición del poder simbólico<sup>11</sup> en la sociedad:

The vague feeling that linguistic conformity implies a form of recognition and submission which raises doubts about the virility of men who abide by it, together with **the active pursuit of the distinctive deviation which creates style**, lead to a refusal to “try too hard”; and this in turn leads to a rejection of the most strongly marked aspects of the dominant speech form, and especially the most tense pronunciations or syntactic forms, as well as **leading to the pursuit of expressiveness based on the transgression of dominant censorships** [...] and on the will to distinguish oneself *vis-à-*

<sup>11</sup> El poder simbólico (todas las formas de prestigio, de reconocimiento y distinción) se inscribe en una teoría que se enfoca más en el capital cultural (lingüístico, educacional y étnico) que en el capital económico y que siempre considera la lengua en relación con la estructura de distribución de capital cultural dentro de la sociedad.

*vis* ordinary forms of expression. (Bourdieu, 1991: 94, *énfasis mío*)

En esta visión, el hablante del *slang* rechaza la adopción de ciertas peculiaridades lingüísticas, las cuales simbolizarían su sumisión a la sociedad dominante. A través del *slang* el hablante se define a sí mismo como *diferente*: su forma de expresarse sirve como elemento de *distinción*. Así, se introduce el concepto de *estilo*, un aspecto que nos parece crucial para un profundo y completo acercamiento al *slang*.

En el campo de la sociolingüística, el *estilo* ha sido, en primer lugar, definido como la atención que se le presta al habla (Labov, 1972a) dando lugar a categorizaciones como “estilo cuidado”, “familiar”, etc. Ulteriormente, otros estudios sobre el tema prefirieron considerar el estilo como algo menos estático, más “performativo”, y, al colocarlo en una dimensión más amplia, capaz de abarcar otras fuentes semióticas (la manera de vestirse, las expresiones faciales, la manera de moverse, etc.), el estilo “lingüístico” consiste en sólo una manera entre otras de expresarse. Asimismo, además de formar parte de una más amplia gama de modos de significar, el estilo se considera también en una dinámica más compleja, una que siempre incluya el *sí mismo* y el *otro*. A través del estilo, el individuo crea y expresa su identidad en contraste y en relación con los de su entorno: Los estilos, tanto en el lenguaje que en otras partes, forman parte de un sistema de distinción, en el cual un estilo se vuelve significado social que contrasta con los demás (Irvine, 2001: 22). La concepción del estilo desde esta perspectiva entiende la identidad más como algo que el actor social *hace* que como algo que el individuo *tiene*: “Through style, a speaker not only performs an identity but calls that identity into being, asserts its relevance to the current time and place, and gives it its meaning. Thus style emphasizes the creative way individuals negotiate their place within a social structure which seeks to locate them” (Roth-Gordon, 2002: 23).

### 2.9. El *slang* como manera de significar

Desde un enfoque semiótico, el *slang* (tanto como cualquier variedad de habla) consiste en una manera para el hablante de representarse a sí mismo en la sociedad. Funciona como un símbolo y, como todo símbolo, éste será interpretado por el mundo. En su análisis de la lengua como semiótica social en el contexto urbano, Halliday (1978) empieza por definir el concepto de *comunidad lingüística*. La considera como una construcción idealizada en la cual se combinan tres conceptos: el de grupo social, el de red de comunicación y el de población lingüísticamente homogénea. Halliday observa que esta construcción está idealizada en el sentido de que, en realidad, la comunidad lingüística es más bien una unidad heterogénea que justamente se caracteriza por su grado elevado de variación. No se puede hablar de *una* norma invariable y sus desviaciones (lo cual se suele hacer en la mayoría de los estudios variacionistas en sociolingüística), porque la variación es intrínseca al sistema. En otras palabras, el sistema lingüístico es un sistema de variación. Halliday, más bien, observa la uniformidad en el consenso social respecto al valor que se le otorga a tal o tal variante dentro del sistema. La homogeneidad entonces se encontraría en la coherencia de las actitudes y prejuicios lingüísticos de un grupo, puesto que éstos varían menos que sus propios hábitos lingüísticos. Esto concuerda con las conclusiones sacadas por William Labov en 1966, después de su investigación sociolingüística en Nueva York, según las cuales los miembros de una comunidad lingüística están más unidos por sus prejuicios lingüísticos que por su forma de hablar:

The speech community is not defined by any marked agreement in the use of language elements, so much as by participation in a set of shared norms. These norms may be observed in overt types of evaluative behavior, and by the uniformity of abstract patterns of variation which are invariant in respect to particular levels of usage. (Labov, 1972: 120)

La comunidad lingüística reconoce fácilmente los distintos sociolectos que la componen, es decir que sabe identificar los rasgos fonéticos, fonológicos, gramaticales y lexicológicos asociados a un grupo social en particular, formando estos rasgos, en su conjunto, un símbolo social portador de

significación (Halliday, 1978: 207). La variable es entonces portadora de significado social y los “interpretantes” del mundo, es decir todos los individuos de la comunidad lingüística, tomarán las variables como *índices sociales* para formarse una opinión sobre sus interlocutores. “En una estructura social jerárquica, como la que es característica de nuestra cultura, los valores que se asignan a las variantes lingüísticas son valores sociales y la variación sirve como expresión simbólica de la estructura social” (Halliday, 1978: 203). A causa de su posición “especial”, a los hablantes les parece difícil considerar el dialecto estándar como “sólo” un dialecto, igual que cualquier otro. En los países de habla inglesa, de hecho, la terminología reserva el término “lengua” al dialecto estándar, “lengua estándar”, y el de “dialecto” a las demás variedades. Con esta terminología, se nota la posición social otorgada a cada variedad. Sin embargo,

[W]hat is commonly referred to as “language” is no more than one of many “dialects” spoken within a nation. What makes it different from these other forms of social and regional expression is that it is considered to be the only “officially recognized” form of speech. It is the only language variety that is legitimated by the government of a nation for use in the school system, the public media, literature and government. It is the dialect which one finds in the dictionary, and as a consequence it performs the role of an idealized form of speech. (St Clair, 1982: 164)

Como ya lo hemos mencionado, existen características generales de pronunciación, de gramática y de léxico que se asocian con ciertos grupos de la sociedad y que llegan a ser símbolo de éstos. Hemos visto también que las actitudes lingüísticas negativas hacia ciertos rasgos lingüísticos estigmatizados pueden ser extremadamente fuertes y violentas. Siendo el *slang* una variedad no-estándar, nos parece importante incluirlo a un estudio sobre actitudes lingüísticas, siempre con el objetivo de reflexionar sobre la fuente de tales comportamientos, creencias y actitudes. Como lo pregunta Halliday, “¿por qué tanta gente de la ciudad se muestra tan violenta al condenar lo que considera formas □subestándares’ del habla?” (1978: 211).

En la teoría de Halliday, una persona es lo que esta persona significa y sus hábitos de significación son similares a los de las personas con las cuales ésta

se identifica. El simple hecho de que otros signifiquen de modo distinto al suyo puede ser suficiente para suscitar en ella reacciones fuertes, e incluso un sentimiento de amenaza. Ahora bien, la explicación ofrecida por el semiótico sólo elucida parcialmente el fenómeno de las actitudes negativas hacia las formas no-estándares. Si sólo fuera porque el otro significa *de modo distinto*, entonces, el hablante de la variedad no-estándar se molestaría ante el hablante de la variedad estándar de la misma forma, lo que en regla general no ocurre. Tal vez sea conveniente estudiar con más profundidad el concepto del *slang* como expresión no-estándar de significar el mundo para ver si, a través de éste, logramos encontrar más pistas de reflexión para un entendimiento de los prejuicios negativos dirigidos hacia los hablantes de variedades sub-estándares en la ciudad.

### **2.10 El *slang* en un estudio actitudinal**

En la elaboración del presente proyecto sobre las actitudes lingüísticas hacia el *slang*, el interés se sitúa más en la recepción de éste que en su esencia por obvias razones. No obstante, las características fundamentales del *slang* que se han observado en los estudios dedicados a este, como el bajo nivel de formalidad, la oposición al orden establecido y la pertenencia a un grupo, pueden ayudar a comprender las actitudes que suscita.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

La primera etapa de nuestro estudio sobre las actitudes lingüísticas hacia el *slang* consistió en hacer grabaciones de conversaciones naturales y espontáneas entre jóvenes mexicanos que utilizan el *slang*. Se buscó a diez hablantes dispuestos a ser grabados mientras hablaban con amigos en su contexto social natural de interacción. Las grabaciones incluyen a dos o tres hablantes por conversación y cada una dura aproximadamente entre media hora y una hora. En la segunda fase del proyecto, utilizamos fragmentos de las grabaciones y las hicimos escuchar a nuestro segundo grupo de informantes, formado por 59 individuos, los cuales tenían que, simultáneamente, llenar una encuesta que evaluaba sus actitudes lingüísticas referidas al uso del *slang* y a los hablantes que lo usan.

#### 3.1. La selección de los participantes

##### 3.1.1. La edad

Los participantes debían ser varones, originarios de la ciudad de México y tener entre 18 y 25 años de edad. La importancia de elegir a hablantes jóvenes se debe sencillamente al hecho de que son ellos los que más utilizan

la variedad que nos interesa – no es por nada que gran parte de los mexicanos usa la expresión de *jerga juvenil* para referirse a esta variedad de habla. De hecho, en su extenso estudio sobre el BEV (*Black English Vernacular*) en Harlem, Labov y sus colaboradores consideran que uno de los criterios más importantes para tener acceso al *discurso casual*<sup>12</sup>, lo cual equivale al vernáculo, es elegir a grupos de hablantes adolescentes, hasta la edad de más o menos 18 años (Labov, 1972: 179) puesto que su forma de hablar es la que más corresponde a la variedad vernácula, ya sea por cuestiones relativas a la presión de los pares en los grupos sociales en los cuales se desenvuelven los jóvenes, o por el hecho de que éstos todavía no han desarrollado totalmente las características típicas de la variación superpuesta, variación que suele oscurecer la forma vernácula (Milroy, 1987a: 27). En nuestro caso particular, por la dificultad de trabajar con participantes menores de edad, lo cual implique que pidamos la aprobación parental, decidimos elegir a los más jóvenes de los adultos, lo cual explica el tramo de edad que privilegiamos.

### 3.1.2. El sexo

La decisión de incluir solamente a varones en el estudio no se justifica tanto porque son ellos quienes utilizan el *slang* - las mujeres de la misma edad también lo usan - sino porque queríamos evitar una variable más en nuestro estudio ulterior, el referido a las actitudes hacia el uso del *slang*. Es bien sabido que éste se suele juzgar más negativamente cuando sale de la boca de una mujer:

La diferenciación lingüística según el sexo refleja una tendencia general a considerar aceptable o apropiado que los hombres rompan las reglas y que se comporten de manera ruda, agresiva e incluso “más vulgar”. El típico “doble estándar” se aplica a las mujeres, cuyo comportamiento se espera que sea más cortés, más indeciso y sumiso y más correcto y ajustado a las reglas impuestas por la sociedad. (Silva-Corvalán, 2001: 98)

---

<sup>12</sup> Se considera el discurso casual como la variedad adoptada por un hablante cuando no le presta mucha atención a su habla (Labov, 1972)

Al eliminar esta variable nos asegurábamos de que los eventuales evaluadores iban a valorar las palabras del *slang* en sí y no la aceptabilidad de su uso según quién las utilizaba. Esta preocupación por reducir lo más que se pudiera las variables “extras” nos llevó asimismo a elegir a hablantes pertenecientes de las clases medias.<sup>13</sup> Más concretamente, esto significa que buscamos a hablantes que no tuvieran un acento muy “marcado”, es decir que no transparentara un nivel socio-económico ni muy alto, ni muy bajo.

### 3.1.3. *Naco versus fresa*

En la ciudad de México, como en toda gran metrópoli latinoamericana, existe una impresionante variedad de barrios, cada uno distinguiéndose no sólo por sus características geográficas sino también por sus diferencias socio-económicas. En la terminología típicamente defeha, se dice de unos que son *nacos* y, de otros, que son *fresas*. Estas palabras, cuyos significados se explicarán en los próximos párrafos, dejan ver la dicotomía que existe entre los dos extremos de la escala social. Quisimos evitar estas esferas antípodas y privilegiamos la elección de hablantes con idiolectos más “neutros” para hacer las grabaciones. Otra vez, con el afán de asegurarnos de que, al escucharlas, los evaluadores iban a juzgar el uso del *slang* y no otra cosa.

El adjetivo *naco* se utiliza de forma despectiva para referirse a personas consideradas de mal gusto, de poco refinamiento y de bajo nivel cultural o socio-económico. También, se usa para designar a los “nuevos ricos” que, aún con mucho dinero, siguen teniendo gustos y maneras de actuar asociados con los niveles más bajos de la sociedad. Además de ciertas preferencias musicales, de formas de vestir y de actuar que se consideran como “nacas”, existe también la categorización de “naco” relacionada a cierta forma de hablar. Varias peculiaridades lingüísticas de las clases populares son estigmatizadas y se acusa a la persona que las utilice de “hablar naco”. El decir *haiga* y *nadien* en lugar de *haya* y *nadie*, de pronunciar *peksi* en lugar

---

<sup>13</sup> Con clase media nos referimos tanto a las clases medias bajas como a las medias altas.

de *pepsi* o de añadir una *s* a los verbos conjugados en pretérito indefinido en la segunda persona del singular (*¿a dónde fuistes?*”, *¿con quién salistes?*) son unos ejemplos de formas lingüísticas despreciadas y asociadas a la gente “vulgar” o de poca educación. El “hablar naco” es también una cuestión de entonación. Sería difícil explicar aquí detalladamente la cadencia melódica de la entonación mexicana de las clases populares, pero lo principal es dejar en claro que existe un cierto “acento” de las clases bajas y que éste se califica peyorativamente de “naco”.

En lo que atañe a *fresa*, se puede decir que, de cierta forma, designa el estereotipo opuesto de *naco*. Normalmente, los niños “fresas” van al colegio privado, vienen de familias pudientes, viven en los barrios ricos de la ciudad, se visten de marcas y adoptan un estilo de vida muy americanizado. En general, los fresas desdeñan a las clases sociales más bajas. Aunque las palabras *naco* y *fresa* no tengan una relación directa con el concepto racial<sup>14</sup>, se suele asociar “lo naco” con los morenos y “lo fresa” con los güeros (gente de piel blanca). En lo que atañe a la forma de hablar, al igual que los “nacos”, los “fresas” tienen una forma peculiar de hablar. Utilizan muchas expresiones del inglés (para mostrar justamente su conocimiento de esta lengua tan prestigiosa), añaden a sus frases la expresión *o sea*, (un poco como los anglófonos usan el *like*) y también su entonación es muy particular. Se escucha mucho este “acento fresa” en las telenovelas mexicanas, ya que representan a gente de mucho dinero. El acento es muy marcado y cuando uno lo exagera suena bastante ridículo. Algunos jóvenes lo pueden adoptar a veces para dar una falsa impresión de su estatus social.

Regresando a nuestros participantes, como ya lo mencionamos, éstos no formaban parte ni de las clases muy bajas, ni muy altas, y así se evitó la

---

<sup>14</sup> Según Carlos Monsiváis (1995: 170), ser naco es más que una sencilla clasificación social o socioeconómica. Dice que el término *naco* es aféresis de *tonaco* y que se refiere a la sangre y apariencia indígena. Según nuestras propias observaciones, aunque haya una cierta relación entre el ser naco y el color de la piel, no es la calificación principal. Por ejemplo, no se le llamaría *naco* a un individuo por el único hecho de ser moreno.

recolección de “acentos” marcadores de clase social en las grabaciones. Nuestras observaciones generales sobre las actitudes lingüísticas de los mexicanos del DF nos llevan a pensar que el uso de algunas palabras del *slang* (como *güey* por ejemplo) puede ser juzgado de forma muy distinta dependiendo de quién lo use. De hecho, en uno de los sitios donde encontramos opiniones de la sociedad mexicana sobre la palabra *güey*, justamente, uno de los comentarios sostenía que “*wey* en fresas se oye nice<sup>15</sup> [y que] *wey* en nacos se oye naquísimo”.<sup>16</sup> Esta afirmación refleja una realidad de la cual no podíamos prescindir a la hora de elegir a nuestros participantes para hacer las grabaciones y, por esta razón, tuvimos que seleccionar a hablantes con acentos más neutros. El análisis de las actitudes lingüísticas hacia los acentos “nacos” y “fresas” en la ciudad es, sin lugar a dudas, un estudio de mucho interés; sin embargo, siendo el nuestro un estudio sobre las actitudes hacia el uso del *slang*, era imprescindible evitar que la variable “acento” viniera a interferir con nuestros resultados.

### 3.2. La recolección de los datos

#### 3.2.1. La variedad de habla buscada

Se hicieron en total doce grabaciones (de las cuales se conservaron cuatro al final), en las cuales conversaban juntos no más de dos o tres hablantes por grabación - notamos que las grabaciones eran demasiado cacofónicas cuando intervenían más de tres hablantes. Nuestro principal afán, a la hora de hacer las grabaciones, era recolectar el habla vernácula de los jóvenes de la ciudad, es decir el habla verdaderamente auténtica que usan entre ellos los jóvenes mexicanos en su vida diaria. Es la variedad de habla que nos interesa, principalmente porque es la que conlleva las palabras del *slang*. La forma más adecuada de obtener una muestra de habla despreocupada, natural y más cercana posible al habla vernácula espontánea de la vida cotidiana es la que se logra por medio de la *conversación grabada* (Silva-Corvalán, 2001:

<sup>15</sup> La expresión *nice* del inglés es muy utilizada en el “habla fresa”

<sup>16</sup> Comentario número 190 en <http://encuesta.ohui.net/opiniones/>

52). Dicho esto, en el momento de hacer las grabaciones, varios elementos se mostraron cruciales para permitirnos el acceso a dicha variedad.

### 3.2.2. El procedimiento

Se abordó a los hablantes elegidos, que eran principalmente amigos de amigos,<sup>17</sup> preguntándoles si les molestaba ser grabados mientras platicaban con sus cuates. Si se daba, por casualidad, que estaban en medio de una plática justamente en ese momento, les dejábamos la grabadora encendida y regresábamos un rato después para recoger la grabadora. Si no, les prestábamos la grabadora y les entregábamos los formularios de consentimiento y nos poníamos de acuerdo con ellos sobre un encuentro al día siguiente, por ejemplo, para recuperar la grabadora. Quisimos que las grabaciones se hicieran en un contexto natural (no forzado ni organizado) de interacción entre los hablantes. Por ello, se llevaron a cabo sin la presencia del investigador. También, para asegurar una buena calidad de sonido en las grabaciones, era importante grabarlos en un lugar cerrado, sin mucha gente alrededor, ni música ni sonidos de fondo.

Para justificar nuestro deseo de grabar a los concernidos, les explicábamos que hacíamos un estudio sobre el español hablado en México, que lo que más nos llamaba la atención eran las expresiones típicamente mexicanas que utilizaban los jóvenes de su edad y que no queríamos que modificaran de ninguna forma su manera de hablar. También, que no eliminaran ni las groserías ni las palabrotas porque eran éstas las que más nos interesaban. Toda esta explicación se daba obviamente de forma informal y utilizando un lenguaje muy coloquial. El uso de la variedad vernácula por parte del propio investigador permite romper las barreras entre éste y los participantes, establece una cierta complicidad y, sobre todo, demuestra un respeto total hacia esta forma de hablar. La reacción de los participantes siempre fue muy

---

<sup>17</sup> Por formar parte del círculo de amigos, el investigador puede entrar más en confianza con los participantes.

positiva, y parecían agradablemente sorprendidos de que su forma de hablar pudiera ser de interés para el mundo académico.

### 3.2.3. La *red social* como entidad de estudio

Siempre con el principal afán de tener acceso a la lengua más natural y espontánea de los hablantes, para cada grabación elegimos a participantes que formaban parte de un mismo grupo social, es decir que compartían lazos de amistad, de trabajo o de vecindario. Nos basamos en el concepto tanto teórico como metodológico de la *red social*, entidad social de estudio, teorizada por Milroy en los 80 y que se define fundamentalmente como la suma de relaciones que un individuo ha experimentado con los demás (Milroy, 1987b: 105, *traducción mía*) La sociolingüística correlacionista o variacionista ha trabajado mucho con el concepto de *clase social* y, con un gran número de informantes, su afán ha sido más cuantitativo que cualitativo. La etnografía de la comunicación, que se interesa sobre todo por los estudios sobre conversación, ha ceñido sus intereses a grupos poco numerosos para sobrevalorar los aspectos cualitativos y, asimismo, privilegiar el estudio más profundo de grupos más reducidos. El concepto de *la red social* se inscribe en esta perspectiva.

Las redes sociales se caracterizan por varios tipos de criterios, como la densidad, la cohesión, la amplitud, la evolución y la antigüedad. La esencia de dichos criterios se define a partir de la frecuencia y el tipo de las relaciones que mantienen entre ellos los miembros de una red. Éstos pueden compartir más de un tipo de relación interpersonal, como ser colegas del trabajo, amigos, vecinos, etc., lo cual significa que puede existir una real y gran convivencia entre los miembros de una misma red social, sobre todo si ésta tiene un alto nivel de *densidad*. De hecho, en el estudio de Milroy realizado en Belfast (1980), se ha podido comprobar que los individuos de una red social comparten más rasgos lingüísticos en común que los individuos de una misma *clase social*, por el simple hecho de que sus miembros *conviven*

juntos. También, un alto nivel de densidad en una red social se correlaciona con el uso de formas vernáculas o no-estándares: “the closer an individual’s network ties are with his local community, the closer his language approximates to localized vernacular norms.” (Milroy, 1987a: 179) Por esta razón, todas nuestras grabaciones están hechas de conversaciones entre hablantes de una misma red social.

Además del nivel de densidad, son las nociones de *solidaridad* y de *lealtad* entre los miembros de una red social las que legitiman y motivan la utilización de formas no-estándares entre sus miembros. Esto significa que la presión de los miembros del grupo impide que uno de ellos intente modificar o cuidar su estilo. Estos fenómenos de solidaridad y de lealtad jugaron en nuestro favor y nos evitaron caer en la famosa *paradoja del observador*, advertida por William Labov: El objetivo de la investigación lingüística es hallar cómo habla la gente en un contexto natural, es decir cuando no está siendo sistemáticamente observada, y la única forma de obtener tales datos es mediante la observación sistemática. Pues al escuchar nuestras grabaciones, pudimos confirmar lo que tanto Labov como Milroy habían comprobado en sus estudios anteriores, a saber, que la presión de los miembros de la red social es más grande que la presión provocada por la presencia de una grabadora. Entonces, aún si la grabadora pueda preocupar un poco a los hablantes en los primeros minutos de grabación, éstos no cambiarán su forma de expresarse, no cuidarán más su habla, por las repercusiones sociales que esto podría tener en el seno del grupo. La utilización de la lengua vernácula o de la forma no-estándar está motivada por los miembros de la red y la presión de éstos impide que un hablante transgreda esta ley implícita. Blom y Gumperz confirman que “la operación de reglas estilísticas está motivada por la presencia del grupo, a pesar de la presencia también de desconocidos y de una grabadora” (Milroy, 1987a: 34, *traducción mía*). Nosotros quisimos evitar las intrusiones al máximo, así que nos aseguramos de la ausencia total de desconocidos durante las grabaciones.

### 3.3. El análisis de las grabaciones

#### 3.3.1. Audición y observaciones generales

Al escuchar las grabaciones, lo primero que notamos fue la naturalidad del habla de los participantes. Originalmente teníamos el plan de cortar los primeros minutos de cada grabación, por pensar que tal vez los hablantes se habían incomodado por ésta al principio de las grabaciones, pero no fue el caso en absoluto. No notamos ninguna diferencia entre los primeros minutos y el resto de las grabaciones. Hasta contamos la frecuencia de uso de las palabras del *slang* en los primeros minutos y comparamos con partes más avanzadas en las grabaciones para averiguar que realmente no había diferencia y nuestros cálculos lo confirmaron. Asimismo, no sentimos ninguna inhibición, ni siquiera en los temas de conversación de los hablantes. En la primera grabación, por ejemplo, además de hablar de fútbol y de contar anécdotas sobre sus peores borracheras (y sobre sus novias enojadas), hablaron de cómo les gustaba tal o tal “vieja”<sup>18</sup> por ejemplo. Se sentía una real cercanía y profunda confianza entre los hablantes. Además, notamos que, el hablar de fútbol, por ejemplo, que claramente es un tema que les apasiona, suscita en ellos el uso de muchísimas expresiones del *slang*, que son ideales para expresar fuertes emociones.

#### 3.3.2. Frecuencia de uso de las palabras

En cuanto al análisis y la edición de las grabaciones, la primera etapa consistió en hacer el cómputo de las palabras del *slang* que salieron con más frecuencia en las grabaciones. No fue ninguna sorpresa ver, en el análisis de nuestra primera grabación, la primera posición atribuida a la palabra *güey*, que salió, por ejemplo, 216 veces en 20 minutos de grabación (aproximadamente una vez cada 5 segundos). También, en todas las demás grabaciones *güey* es, sin lugar a dudas, la palabra más utilizada. Luego, viene en segundo lugar, la expresión *ino mames!* (así como otras palabras derivadas del verbo *mamar*) y, muy seguidos, en el tercer y cuarto lugar, las

---

<sup>18</sup> Expresión coloquial mexicana para referirse a una mujer.

palabras *madre* y *verga*. Estas dos últimas pueden aparecer en una infinita variedad de expresiones como “chinga tu *madre*”, “me vale *madres*”, “vete a la *verga*”, “¿qué *verga* hiciste?”, por nombrar sólo unos ejemplos. Se consideraron y entraron en el cómputo también todas las palabras y creaciones léxicas que se derivan de los lexemas originales, como, por ejemplo, *desmadre* (sust.), *desmadrar* (vb.) (de *madre*), *mamón*, *mamada* (de *mamar*), etc.

### 3.3.3. La selección y edición de los fragmentos

En la segunda etapa del análisis de las grabaciones, elegimos los fragmentos que nos iban a servir para la segunda fase del proyecto, dedicada a evaluar las actitudes lingüísticas hacia el *slang*. Utilizamos el programa llamado *Voice Editing Premium* para editar las grabaciones. En grandes líneas, lo que hicimos fue cortar pedazos (oraciones) de las conversaciones y preparamos con éstos un CD que acompañaba las preguntas de la encuesta. Nos basamos en una serie de criterios para la elección de los fragmentos. En primer lugar, era crucial incluir las cuatro palabras más utilizadas en las conversaciones: *güey*, *no mames* (o expresiones derivadas de *mamar*), *madre* y *verga*. Entonces, en cada fragmento sale una de los cuatro términos del *slang*. En segundo lugar, los fragmentos tenían que ser lo más “neutros” posibles, en cuanto a su significado. Evitamos todas las frases que hubieran podido chocar o influenciar a los evaluadores por su connotación. Para los fragmentos con *güey*, por ejemplo, preferimos una frase como “...con el Roberto, *güey*, el que traía su carro rojo...” en lugar de una frase como “¿sí *güey*? La neta, ¿te la ibas a parchar?”<sup>19</sup>. En el segundo ejemplo, el evaluador se puede dejar llevar por sus ideologías o convicciones personales y juzgar negativamente al hablante porque habla groseramente de sexo, y no por su uso de la palabra *güey*. También, intentamos seleccionar oraciones en las cuales salían aisladas las palabras que nos interesaban. En la frase “¿sí *güey*? La neta, ¿te la ibas a parchar?”, por tomar el mismo ejemplo, están las

---

<sup>19</sup> “De verdad, ¿te la ibas a coger?”

palabras *neta* y *parchar* que también forman parte del *slang* mexicano y, así, no podríamos comprobar que la valoración del evaluador tuviera relación con el uso de la palabra realmente concernida, en este caso, *güey*.

### 3.4. La encuesta

#### 3.4.1. La libreta-encuesta

El propósito de la encuesta es averiguar cuáles son las actitudes lingüísticas de los mexicanos en general hacia el *slang* y sus usuarios. En la primera página de la libreta-encuesta, se le pide al informante información general sobre su sexo, edad, ocupación y nivel de escolaridad, información que luego nos servirá para ver si existen correlaciones entre estas clasificaciones sociales y las actitudes lingüísticas. Luego, vienen unas series de escalas de diferencial semántico (*semantic differential scales*) (según la técnica de Osgood *et al.*, 1957) con las cuales se evalúa la impresión del sujeto acerca de las dimensiones psicosociales de *prestigio* y *solidaridad* de los hablantes grabados.<sup>20</sup> Con la ayuda del texto *Considerations when constructing a semantic differential scale* de Jayne Al-Hindawe creamos nuestras escalas y que llegamos a tomar decisiones relativas al número de puntos, al tipo y número de adjetivos polares, etc.

Cada escala está formada por adjetivos bipolares relacionados con una de las dichas dimensiones y el escalamiento se hace en siete puntos, lo cual permite al informante expresar su opinión con distintas matizaciones incluyendo la posibilidad de la neutralidad (contrariamente a las escalas de 6 puntos). Se alternan las escalas de la dimensión de solidaridad (*solidarity-stressing set*) (*amigable / no amigable, honesto / deshonesto, buena onda / mala onda, gracioso / serio, generoso / avaro, simpático / antipático, leal / desleal, optimista / pesimista*) con las de la dimensión de prestigio (*status-stressing set*) (*seguro / inseguro, inteligente / no inteligente, exitoso / no exitoso, refinado / vulgar, independiente / independiente, educado / no educado,*

<sup>20</sup> Estas categorías se inspiran de las de *status* y *solidarity* (Carranza, 1975; Giles, 1985)

*culto / inculto, ambicioso / desinteresado*)<sup>21</sup>; y el adjetivo “negativo” siempre se encuentra en el extremo derecho de las escalas. Por ejemplo,

amigable \_\_\_\_\_ no amigable (*solidaridad*)

culto \_\_\_\_\_ inculto (*prestigio*)

simpático \_\_\_\_\_ antipático (*solidaridad*)

ambicioso \_\_\_\_\_ desinteresado (*prestigio*)

Obviamente, el informante no ve las categorizaciones *prestigio-solidaridad* y tampoco ve la puntuación que luego hemos asociado a cada casilla. Para hacer el cómputo, hemos elegido la puntuación de 3 a -3, ya que nos parece más auténtico que la neutralidad se exprese por el 0 que por el 4 (lo cual ocurre con la distribución de 1 a 7 ó 7 a 1):

ambicioso 3 2 1 0 -1 -2 -3 desinteresado

Antes de poner su “x” en cada escala, el sujeto escucha un fragmento, que se repite dos veces seguidas y que viene acompañado del fragmento en su forma escrita (que sirve de apoyo visual) y de una corta descripción del contexto comunicativo en el cual toma lugar dicho fragmento, por ejemplo, “[el hablante] está jugando *backgammon* con su amigo”.

La segunda sección de la libreta está compuesta por nueve preguntas cerradas de escalamiento tipo Likert. Consiste en una serie de ítems que representan afirmaciones o juicios relacionados con el *slang*, particularmente con el uso de la palabra *güey*. Se le ofrece al sujeto cinco posibilidades para expresar su punto de vista sobre cada afirmación (*muy de acuerdo, de acuerdo, no de acuerdo ni en desacuerdo, no de acuerdo, muy en desacuerdo*). Luego, en el análisis de los resultados, se le administra un valor numérico a cada categoría de respuesta y al final se obtiene una puntuación para cada sujeto, lo cual permite evaluar sus actitudes. Para asegurarnos de que las afirmaciones suscitaran una real reacción en el sujeto, las buscamos

---

<sup>21</sup> Hemos incluido 8 pares de adjetivos bipolares por categoría (solidaridad-prestigio), totalizando 16 pares. Sin embargo, no todos tienen la misma relevancia y, a la hora de hacer el análisis, sólo se conservarán los más pertinentes. Hemos decidido incluir más adjetivos de lo necesario simplemente como estrategia para despistar un poco al informante y así evitar que se diera cuenta de las categorías que estamos evaluando.

en foros y sitios del mismo estilo en Internet para que fueran auténticas. La mayoría se encontraron en un foro en el que los internautas dan su opinión sobre la palabra *güey*.<sup>22</sup> Los nueve ítems son los siguientes:

1. La palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana.
2. Las palabras altisonantes (groserías) se pueden remplazar por otras palabras y expresar lo mismo.
3. El uso de la palabra *güey* empobrece nuestra lengua.
4. La palabra *güey* es chida. (en México *chido* es el equivalente de *cool* en inglés)
5. La palabra *güey* es una grosería.
6. La palabra *güey* es una naquez.
7. Las mujeres no deberían utilizar groserías porque en ellas es de mal gusto.
8. La palabra *güey* nos permite entrar en confianza con la demás gente.
9. Las palabras como *güey*, *chingar*, *verga*, *no mames*, etc. y las demás del estilo utilizadas en México deberían tener su lugar en los diccionarios.

La encuesta termina con una pregunta abierta (*¿Cree Ud. que este tipo de lenguaje debería utilizarse en las películas y los medios de comunicación mexicanos? ¿Sí o no? y ¿por qué?*), acompañada de un fragmento (de más o menos un minuto) sacado de la película mexicana *Y tu mamá también*, la cual fue criticada por el lenguaje usado por sus protagonistas. Esta pregunta deja toda la libertad al sujeto para expresarse, y nos permite a nosotros conocer su punto de vista en toda su profundidad.

#### **3.4.2. La muestra de informantes y el procedimiento**

Los evaluadores fueron elegidos al azar, en varios lugares públicos de la ciudad, en una variedad de barrios de todo tipo. Quisimos tener un abanico de los mexicanos de todos los estratos en general, de todas las clases sociales y edades y de los dos géneros (casi mitad y mitad). Nos acercábamos a ellos pidiéndoles si querían dedicar de 10 a 15 minutos de su tiempo para escuchar un CD con grabaciones auténticas y llenar una encuesta sobre el uso de la jerga juvenil de los mexicanos. Si aceptaban, firmaban el formulario de consentimiento y llevábamos a cabo el proyecto. En general, las reacciones fueron agradables o

---

<sup>22</sup> <http://encuesta.ohui.net/opiniones/>

divertidas; sin embargo, algunas personas rechazaron rotundamente cuando supieron que iban a escuchar “palabrotas” o “groserías”. Algunos se negaron porque les daba asco ponerse los auriculares. En total, se llenaron 59 encuestas.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### 4.1. Las escalas de diferencial semántico

Para hacer el tratamiento estadístico de los datos de las escalas de diferencial semántico hemos empleado el programa *Microsoft Office Excel 2007*. La primera etapa consistió en computar todos los datos recolectados en las escalas de diferencial semántico al programa informático, y sacar los dos promedios que principalmente nos interesaban, es decir los de las categorías de *solidaridad* y *prestigio*. En esta fase del análisis, consideramos a la totalidad de los informantes sin considerar las variables de sexo y edad. Las puntuaciones medianas dadas por parte de los 59 informantes en las escalas de diferencial semántico representativas de las dimensiones psicosociales de *solidaridad* y de *prestigio* eran de 0.24 y -1.50 respectivamente<sup>23</sup>. Esto significa que, al computar todos los resultados de las escalas de la *solidaridad* (*amigable / no amigable, honesto / deshonesto, buena onda / mala onda, gracioso / serio*) y de *prestigio* (*inteligente / no inteligente, exitoso / no exitoso, refinado /*

---

<sup>23</sup> Las puntuaciones otorgadas a las escalas semánticas van de 3 a -3: el 3 representa el adjetivo “positivo” en su extremo; el -3, el “negativo”; y el cero, la neutralidad. Más detalladamente, si tomamos el ejemplo de la escala *refinado / vulgar*, sus equivalencias se leerían así: 3: *muy refinado*; 2: *bastante refinado*; 1: *algo refinado*; 0: *ni vulgar, ni refinado*; -1: *algo vulgar*; -2: *bastante vulgar*; -3: *muy vulgar*

*vulgar, educado / no educado*), sacamos el resultado de que los informantes otorgan una puntuación de 0.24 de promedio al conjunto de los atributos relacionados con la dimensión de la solidaridad, y de -1.50 al conjunto de las cualidades relacionadas con la dimensión del prestigio.

A primera vista, la diferencia entre las medias nos pareció bastante sustancial. Sin embargo, para averiguar la justedad de nuestra intuición y confirmar la relevancia de los resultados obtenidos, hemos procedido a efectuar una prueba *t* de Student, la cual consiste básicamente en una prueba estadística que permite averiguar si la diferencia entre dos medias es significativa o si ésta puede haber ocurrido por mera casualidad. El objetivo supremo de la prueba *t* es finalmente rechazar la hipótesis nula, que en este caso planteaba: *no existe diferencia significativa entre la percepción que los informantes tienen acerca de los hablantes en cuanto a las dimensiones de prestigio y solidaridad*. La prueba *t* sirve para saber el valor de *t* (*t-value*)<sup>24</sup>, que consiste en un valor numérico que nos indica si  $p < 0.05$  (probabilidad menor de 5 sobre 100 de que el resultado se haya debido al azar),  $p < 0.01$  (menos de 1 posibilidad sobre 100 de que la hipótesis nula sea válida) o  $p < 0.001$  (menos de 1 sobre 1000), etc.<sup>25</sup> Para poder rechazar la hipótesis nula, el nivel de significancia debe situarse por lo menos a 0.05. Entonces, si  $p > 0.05$ , se puede considerar la hipótesis de nulidad como válida ya que las probabilidades de que los resultados se deban al azar son demasiado grandes.

En nuestro caso, la razón *t* (*t-value*) era de 14.08 (lo cual significa que la diferencia observada es 14.08 veces mayor que la esperada según una verdadera hipótesis de nulidad). Por regla general, cuando la razón *t* rebasa el 2 o se sitúa bajo el -2, se considera como aceptable y cuanto más alto es el

---

<sup>24</sup> La razón *t* (*t-value*) es la ratio entre la diferencia observada en los promedios y una estadística llamada el *error estándar de la diferencia entre dos medias* (también conocido como el *margen de error de la prueba t*). Entonces, se divide la diferencia entre los promedios por el error estándar de la diferencia entre dos medias, lo cual nos da una estimación de lo que sería la diferencia entre los resultados si sólo estuvieran implicados factores aleatorios. Obviamente, todo este proceso se hace con el programa informático y nosotros sólo tenemos que analizar los resultados.

<sup>25</sup> Ver capítulo *Statistics* (Fasold, 1984: 85-112) para mayor ampliación.

número, más significativa es la diferencia entre las medias. En este caso, la razón *t*, siendo muy alta (14.08), significa que la diferencia entre las medias es realmente muy significativa ( $p < 0.0001$ ).

## TABLA 1

### Medias de solidaridad y prestigio por parte de todos los informantes

<i>Variables</i>	Hombres	Mujeres	Razón <i>t</i>	<i>Significancia</i>
Todos los informantes	<b>0.24</b>	<b>-1.50</b>	14.08	++++

*Nota:* El valor de 3 fue asignado al extremo más favorable de las escalas y el valor de -3 al menos favorable.

•  $p > 0.05$

+  $p < 0.05$

++  $p < 0.01$

+++  $p < 0.001$

++++  $p < 0.0001$

Estos resultados demuestran que, de manera muy significativa, los informantes juzgaron más negativamente a los hablantes en cuanto a sus atributos relacionados a la dimensión del prestigio que a la de la solidaridad. Más concretamente, esto significa que, en general, otorgaron mejores puntuaciones a cualidades como *amigable* y *simpático*, por ejemplo, que a *exitoso* e *inteligente* (ver tabla 4.1.2 para más detalles).

## TABLA 2

### Promedios de los puntajes otorgados en las escalas de diferencial semántico por parte de todos los informantes

SOLIDARIDAD (0.24)				PRESTIGIO (-1.50)			
<i>amigable no amigable</i>	<i>honesto deshonesto</i>	<i>buena onda mala onda</i>	<i>gracioso serio</i>	<i>inteligente no inteligente</i>	<i>exitoso no exitoso</i>	<i>refinado vulgar</i>	<i>educado no educado</i>
<b>0.29</b>	<b>-0.21</b>	<b>0.29</b>	<b>0.61</b>	<b>-1.00</b>	<b>-1.18</b>	<b>-1.81</b>	<b>-2.02</b>

En la segunda fase del análisis, quisimos profundizar un poco la cuestión y examinar si las variables de género y de edad podían tener un impacto sobre las evaluaciones de las dimensiones de solidaridad y prestigio<sup>26</sup>. Para ello, hemos procedido a ejecutar otras pruebas *t*, pero incluyendo las variables que nos interesaban. En un primer tiempo, dividimos a los informantes en los grupos *hombres* y *mujeres* e hicimos la prueba:

### TABLA 3

#### Medias de solidaridad y prestigio por parte de los hombres y las mujeres

<i>Variables</i>	Hombres	Mujeres	Razón <i>t</i>	<i>Significancia</i>
Solidaridad	<b>0.33</b>	<b>0.15</b>	0.95	•
Prestigio	<b>-1.28</b>	<b>-1.75</b>	3.05	++

*Nota:* El valor de 3 fue asignado al extremo más favorable de las escalas y el valor de -3 al menos favorable.

•  $p > 0.05$

+  $p < 0.05$

++  $p < 0.01$

+++  $p < 0.001$

++++  $p < 0.0001$

Los resultados nos indican que existe una diferencia significativa entre las evaluaciones de los hombres y de las mujeres en cuanto a la dimensión de prestigio, siendo las mujeres más severas que los hombres en su evaluación. Sin embargo, en lo que atañe a la dimensión de la solidaridad, aunque el

<sup>26</sup> Diversos estudios sociolingüísticos han demostrado que las variables de sexo y generación se podían relacionar con la lengua en varios niveles (López Morales, 1989; Romaine, 2000; Trudgill, 2000).

promedio de las puntuaciones sea menos favorable de parte de las mujeres, el valor de  $t$  nos indica  $p > 0.05$ , es decir que está bajo el nivel de significancia necesario para rechazar la hipótesis nula. En suma, la diferencia entre cómo los hombres y las mujeres juzgan la dimensión del prestigio es significativa, mientras que la diferencia entre los sexos en cuanto a su evaluación de la dimensión de la solidaridad no lo es.

Ahora, en nuestro afán de ver si existía también una interacción entre la variable edad y las evaluaciones de las dimensiones solidaridad y prestigio, hemos dividido a los informantes en dos cortes generacionales: la primera generación (18 a 35 años) y la segunda (36 años y más)<sup>27</sup>.

## TABLA 4

### Medias de solidaridad y prestigio por parte de la primera y segunda generaciones

<i>Variable</i>	Generación 1	Generación 2	Razón $t$	<i>Significancia</i>
Solidaridad	<b>0.44</b>	<b>-0.08</b>	3.22	+
Prestigio	<b>-1.31</b>	<b>-1.82</b>	11.62	++

*Nota:* El valor de 3 fue asignado al extremo más favorable de las escalas y el valor de -3 al menos favorable.

•  $p > 0.05$

+  $p < 0.05$

++  $p < 0.01$

+++  $p < 0.001$

++++  $p < 0.0001$

La prueba nos confirma que, de manera significativa, la primera y la segunda generación juzgan de forma diferente las dimensiones de prestigio y solidaridad. En los dos casos (sobre todo en la dimensión del prestigio), la segunda generación es más severa que la primera en su evaluación de los hablantes.

<sup>27</sup> Nos basamos en las recomendaciones de Gómez Molina (1998), para hacer los cortes generacionales. Este autor llama a los jóvenes la primera generación y a los más adultos, la segunda. Seguimos su modelo.

Quisimos también observar si dentro de cada uno de los grupos (*hombres, mujeres, generación 1 y generación 2*) habría una diferencia significativa entre su evaluación de las dimensiones de solidaridad y prestigio. Aquí, el interés no era, como en los casos anteriores, ver si las variables independientes de género y edad tenían una influencia sobre las variables dependientes de solidaridad y prestigio. Simplemente, era cuestión de ver si cada grupo en sí juzgaba de forma distinta las dimensiones de solidad y de prestigio (como en la TABLA 4.1.1, pero, esta vez, con los informantes separados en las sub-categorías de sexo y generación).

## TABLA 5

### Medias de solidaridad y prestigio por parte de los hombres, mujeres, primera y segunda generaciones

<i>Variables</i>	Solidaridad	Prestigio	Razón <i>t</i>	<i>Significancia</i>
Hombres	<b>0.33</b>	<b>-1.28</b>	8.79	++++
Mujeres	<b>0.15</b>	<b>-1.75</b>	11.62	++++
Generación 1	<b>0.44</b>	<b>-1.31</b>	11.56	++++
Generación 2	<b>-0.08</b>	<b>-1.82</b>	8.29	++++

*Nota:* El valor de 3 fue asignado al extremo más favorable de las escalas y el valor de -3 al menos favorable.

•  $p > 0.05$

+  $p < 0.05$

++  $p < 0.01$

+++  $p < 0.001$

++++  $p < 0.0001$

Como se puede observar en la TABLA 4.1.5, cada grupo juzga de manera muy diferente las categorías de solidaridad y prestigio. En todos los casos, los valores de *t* nos indican un nivel muy alto de significancia. Cada sub-categoría de la totalidad de los informantes evalúa mucho más negativamente la dimensión del prestigio que la de la solidaridad.

#### 4.2. Escalamiento tipo Likert

Para esta parte de la encuesta, que consiste en un conjunto de nueve ítems (afirmaciones sobre el *slang* y la palabra *güey*) a partir de los cuales los informantes debían elegir una de las cinco opciones, (*muy de acuerdo, de acuerdo, no de acuerdo ni en desacuerdo, no de acuerdo, muy en desacuerdo*) para indicar su grado de conformidad con cada afirmación, no hemos seguido el procedimiento tradicional para hacer el análisis de los resultados. En regla general, para hacer el cómputo de los resultados recolectados en escalas de tipo Likert en los estudios de actitudes lingüísticas, se le asigna un valor numérico a cada opción según dos criterios: el grado de conformidad con la afirmación; y el hecho de que ésta sea favorable o no hacia el objeto actitudinal (en nuestro caso, el *slang*). Por ejemplo, se le podría asignar un valor de 5 puntos a una muy grande conformidad con una afirmación pro-*slang* (asimismo como a una gran desaprobación con una afirmación anti-*slang*), 2 puntos a una leve conformidad con una afirmación pro-*slang* (o a una leve desaprobación de una afirmación anti-*slang*), 1 punto a una gran conformidad con una afirmación anti-*slang* (o a una gran desaprobación con una afirmación pro-*slang*), y etc. Luego, se procede a sacar promedios y a analizar los resultados. En nuestro caso, este método resultaba inapropiado ya que las afirmaciones que hemos decidido incluir en el estudio no pueden dividirse tan nítidamente en las categorías pro-*slang* y anti-*slang*.

Veamos algunos ejemplos: Una de las afirmaciones es que “La palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana” Aunque a primera vista pueda parecer como una afirmación pro-*slang*, al pensarlo bien, la cuestión es debatible. Uno puede estar en contra del uso de la palabra *güey* aunque admita que forma parte de la cultura mexicana. Otra afirmación ambivalente es “La palabra *güey* es una grosería”. Una persona puede estimar que la palabra *güey* es una grosería y, al mismo tiempo, estar perfectamente de acuerdo con

su uso.<sup>28</sup> Ante la obvia imposibilidad de dividir las afirmaciones de nuestro estudio en claras categorizaciones dicotómicas, tuvimos que pensar en otro método más adecuado para llevar a cabo nuestro análisis de las escalas.

Antes que todo, se otorga un valor numérico a cada categoría: *muy de acuerdo* (2), *de acuerdo* (1), *no en acuerdo ni en desacuerdo* (0), *no de acuerdo* (-1), *muy en desacuerdo* (-2). Luego, se sacan porcentajes, lo cual permite tener una idea general de las opiniones de los informantes sobre el uso del *slang* y, más particularmente, sobre la palabra *güey*. En esta etapa del análisis, se considera a todos los informantes, sin hacer distinción de género ni generación. De igual modo, se fusionan las opciones *muy de acuerdo* y *de acuerdo*, así como las opciones *muy en desacuerdo* y *no de acuerdo* para formar un total de sólo tres categorías: *de acuerdo*, *neutro*, *no de acuerdo*. Aunque, en el proceso de llenar la encuesta, era más interesante para el informante tener una mayor variedad de opciones y así sentir que podía expresar su opinión con un matiz, para nosotros la diferencia entre *muy de acuerdo* y *de acuerdo* no es muy relevante; y además, resulta mucho más claro leer los resultados sin categorías superfluas.

## TABLA 6

### Porcentajes del nivel de conformidad de todos los informantes con los ítems sobre el *slang* y la palabra *güey*

Ítems	<i>De acuerdo</i>	<i>Neutro</i>	<i>No de acuerdo</i>
1. La palabra <i>güey</i> forma parte de la cultura mexicana.	47	24	29
2. Las palabras altisonantes (groserías) se pueden remplazar por otras palabras y expresar lo mismo.	61	19	20
3. El uso de la palabra <i>güey</i> empobrece nuestra lengua.	58	20	22
4. La palabra <i>güey</i> es chida.	29	34	37
5. La palabra <i>güey</i> es una grosería.	44	32	24
6. La palabra <i>güey</i> es una naquez.	31	41	29

<sup>28</sup> La opción de solamente incluir afirmaciones dicotómicas en el estudio no nos pareció pertinente, ya que nos hubiéramos tenido que limitar demasiado. Es muy difícil que una afirmación sea completamente anti-*slang* o, por el contrario, completamente pro-*slang*; el asunto no es una disyunción del tipo blanco o negro. Además, nuestro afán principal, a la hora de elegir nuestros ítems, era la autenticidad (como lo hemos mencionado en la sección de metodología); es decir, quisimos elegir afirmaciones reales que hemos buscado en foros y otros sitios del mismo estilo en Internet.

7. Las mujeres no deberían utilizar groserías porque en ellas es de mal gusto.	56	22	22
8. La palabra <i>güey</i> nos permite entrar en confianza con la demás gente.	34	25	41
9. Las palabras como <i>güey</i> , <i>chingar</i> , <i>verga</i> , <i>no mames</i> , etc. y las demás del estilo utilizadas en México deberían tener su lugar en los diccionarios.	27	19	54

Algunos hechos interesantes, sobre los cuales regresaremos en la parte dedicada a la discusión, se destacan en esta primera lectura de los resultados: Casi la mitad (47%) de los informantes está de acuerdo con que la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana. Más de la mitad está de acuerdo con que la palabra *güey* empobrece la lengua (58%), que las groserías pueden ser remplazadas con otras palabras y expresar lo mismo (61%), que éstas no deberían aparecer en los diccionarios (54%) y que las mujeres no deberían utilizarlas (56%).

En una segunda fase del análisis, quisimos tomar en consideración las variables de género y edad para ver si éstas tenían relación con el grado de acuerdo o desacuerdo de los informantes hacia los ítems, en otras palabras, si éstas influyen en las actitudes lingüísticas. Para ello, hemos regresado a los resultados originales, es decir a los valores numéricos iniciales otorgados a cada respuesta de los informantes (los números -2, -1, 0, 1, y 2, y no los porcentajes) y a las 5 categorías *no fusionadas*. Después de haber sacado los promedios de cada grupo (hombres, mujeres, primera y segunda generación) para cada pregunta, hemos procedido a hacer un análisis estadístico utilizando la prueba *t* de Student para ver si las diferencias entre las medias de los diferentes grupos (hombre *vs* mujer y primera *vs* segunda generación) eran significativas. Primero, comparamos los hombres con las mujeres y, en todos los casos (menos uno en donde  $p=0.05$ , para la afirmación #1), el valor de *t* equivalía a  $p>0.05$ , es decir que sólo en un caso la diferencia llegó a ser lo suficiente significativa para rechazar la hipótesis nula, la cual plantea que no hay diferencia significativa entre las actitudes lingüísticas de los hombre y de las mujeres hacia el *slang*. Ahora bien, vale la pena mencionar que en dos ocasiones el valor de *t* era 0.06 (afirmaciones #4 y #8), lo cual nos puede

llevar a pensar que, aunque no haya significatividad desde un punto de vista estrictamente estadístico (por el mínimo de 0.05 requerido), no se puede rechazar del todo la posibilidad de que haya una significación teórica. Como lo indica la regla #1 de Moreno Fernández en su estudio sobre metodología sociolingüística: “es en la interpretación donde se decide si las hipótesis nulas son rechazadas, y por tanto aceptadas las hipótesis positivas, o cuál es la significación teórica (no estadística) que poseen los resultados de los análisis” (1990: 160). Entonces, será pertinente regresar sobre los resultados de los ítems #1, #4 y #8 a la hora de interpretar los resultados en la parte dedicada a la discusión.

## TABLA 7

### Nivel de conformidad de los hombres vs las mujeres con los ítems sobre el *slang* y la palabra *güey* en promedios

ítems	Mujeres	Hombres	Razón <i>t</i>	<i>P</i>
1. La palabra <i>güey</i> forma parte de la cultura mexicana.	0	0.58	-1.96	•
2. Las palabras altisonantes (groserías) se pueden reemplazar por otras palabras y expresar lo mismo.	0.61	0.61	-0.02	•
3. El uso de la palabra <i>güey</i> empobrece nuestra lengua.	0.79	0.42	1.20	•
4. La palabra <i>güey</i> es chida.	-0.43	0.13	-1.87	•
5. La palabra <i>güey</i> es una grosería.	0.43	0.23	0.72	•
6. La palabra <i>güey</i> es una naquez.	0.14	0.10	0.17	•
7. Las mujeres no deberían utilizar groserías porque en ellas es de mal gusto.	0.68	0.74	-0.20	•
8. La palabra <i>güey</i> nos permite entrar en confianza con la demás gente.	-0.36	0.19	-1.85	•
9. Las palabras como <i>güey</i> , chingar, verga, no mames, etc. y las demás del estilo utilizadas en México deberían tener su lugar en los diccionarios.	-0.57	-0.23	-1.18	•

*Nota:* Se trata aquí de los promedios obtenidos con los valores numérico eslabonándose de -2 a 2, el -2 representando un desacuerdo total, el 2 un gran acuerdo y el 0 la neutralidad.

•  $p > 0.05$

+  $p < 0.05$

++  $p < 0.01$

+++  $p < 0.001$

++++  $p < 0.0001$

## TABLA 8

### Nivel de conformidad de los hombres y las mujeres con los ítems sobre el *slang* y la palabra *güey* en porcentajes

Ítems	De acuerdo		Neutro		No de acuerdo	
	<i>m</i>	<i>h</i>	<i>m</i>	<i>h</i>	<i>M</i>	<i>h</i>
1. La palabra <i>güey</i> forma parte de la cultura mexicana.	<b>36</b>	<b>58</b>	25	23	39	19
2. Las palabras altisonantes (groserías) se pueden remplazar por otras palabras y expresar lo mismo.	54	67	21	16	25	16
3. El uso de la palabra <i>güey</i> empobrece nuestra lengua.	68	68	14	16	18	16
4. La palabra <i>güey</i> es chida.	<b>21</b>	<b>48</b>	29	26	50	26
5. La palabra <i>güey</i> es una grosería.	50	39	32	32	18	29
6. La palabra <i>güey</i> es una naquez.	25	35	54	29	21	35
7. Las mujeres no deberían utilizar groserías porque en ellas es de mal gusto.	57	55	11	32	32	13
8. La palabra <i>güey</i> nos permite entrar en confianza con la demás gente.	<b>14</b>	<b>52</b>	43	10	43	39
9. Las palabras como <i>güey</i> , chingar, verga, no mames, etc. y las demás del estilo utilizadas en México deberían tener su lugar en los diccionarios.	21	32	18	19	61	48

Luego, comparamos los resultados de la primera y segunda generación. Como se puede observar en la tabla 4.2.4 (más abajo), las pruebas *t* efectuadas para averiguar el nivel de significatividad fueron reveladoras en casi la totalidad de los ítems. Solamente en cuanto a la afirmación #2 no existe diferencia significativa entre las dos generaciones: tanto la primera como la segunda generación concuerda en su mayoría (57% y 68% respectivamente) con que las palabras del *slang* se pueden remplazar por otras y significar lo mismo. En lo que atañe a todas las demás afirmaciones, existe una diferencia considerable entre las opiniones de los dos cortes generacionales. En cuanto a la afirmación que sostiene que las mujeres no deberían usar groserías, por ejemplo, el 86% de la generación de 36 años y más está de acuerdo, por sólo 38% con la misma opinión en la primera generación. Así mismo, mientras la gran mayoría (82%) de la segunda generación está de acuerdo con que el uso de la palabra *güey* empobrece la lengua, menos de la mitad (43%) de la primera generación comparte este punto de vista. Otro hecho destacable: El 64% de la segunda generación,

contra sólo 8% de la generación más joven, no está de acuerdo con que la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana. La segunda generación parece ser bastante decidida sobre su opinión en cuanto a esta afirmación, con una pequeña minoría de sólo 5% que se encuentra en la neutralidad. En la generación más joven, la mayoría (57%) está de acuerdo con que la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana, el 35% es neutro o indeciso y sólo el 8% no está de acuerdo con la afirmación. Otras reacciones adversas hacia afirmaciones sobre la palabra *güey* valen la pena de ser mencionadas. La mayoría de la segunda generación (59%) está de acuerdo con que la palabra *güey* es una naquez<sup>29</sup> y no está de acuerdo con que ésta pueda ser útil para entrar en confianza con la demás gente. En contraparte, sólo el 14% de los jóvenes calificaría la palabra *güey* de naca y el 43% de ellos piensan que la palabra *güey* permite entrar en confianza con los otros.

## TABLA 9

### Nivel de conformidad de la primera vs la segunda generación con los ítems sobre el *slang* y la palabra *güey* en promedios

ítems	Primera	Segunda	razón <i>t</i>	<i>P</i>
1. La palabra <i>güey</i> forma parte de la cultura mexicana.	0.65	-0.27	2.81	++
2. Las palabras altisonantes (groserías) se pueden remplazar por otras palabras y expresar lo mismo.	0.54	0.73	-0.60	•
3. El uso de la palabra <i>güey</i> empobrece nuestra lengua.	0.35	1	-2.06	+
4. La palabra <i>güey</i> es chida.	0.24	-0.77	3.63	+++
5. La palabra <i>güey</i> es una grosería.	0.08	0.72	-2.20	+
6. La palabra <i>güey</i> es una naquez.	-0.24	0.72	-3.46	++
7. Las mujeres no deberían utilizar groserías porque en ellas es de mal gusto.	0.32	1.36	-3.73	+++
8. La palabra <i>güey</i> nos permite entrar en confianza con la demás gente.	0.24	-0.59	2.76	++
9. Las palabras como <i>güey</i> , chingar, verga, no mames, etc. y las demás del estilo utilizadas en México deberían tener su lugar en los diccionarios.	-0.14	-0.81	2.18	+

<sup>29</sup> Ver definición de *naco* más arriba.

*Nota:* Se trata aquí de los promedios obtenidos con los valores numérico escalonándose de -2 a 2, el -2 representando un desacuerdo total, el 2 un gran acuerdo y el 0 la neutralidad.

•  $p > 0.05$

+  $p < 0.05$

++  $p < 0.01$

+++  $p < 0.001$

++++  $p < 0.0001$

## TABLA 10

### Nivel de conformidad de la primera y segunda generación con los ítems sobre el *slang* y la palabra *güey* en porcentajes

Ítems	de acuerdo		neutro		no de acuerdo	
	1	2	1	2	1	2
1. La palabra <i>güey</i> forma parte de la cultura mexicana.	57	32	35	5	8	64
2. Las palabras altisonantes (groserías) se pueden remplazar por otras palabras y expresar lo mismo.	57	68	22	14	22	18
3. El uso de la palabra <i>güey</i> empobrece nuestra lengua.	43	82	32	0	25	18
4. La palabra <i>güey</i> es chida.	38	14	41	23	21	64
5. La palabra <i>güey</i> es una grosería.	30	68	43	14	27	18
6. La palabra <i>güey</i> es una naquez.	14	59	49	27	37	14
7. Las mujeres no deberían utilizar groserías porque en ellas es de mal gusto.	38	86	32	5	30	9
8. La palabra <i>güey</i> nos permite entrar en confianza con la demás gente.	43	18	27	23	30	59
9. Las palabras como <i>güey</i> , <i>chingar</i> , <i>verga</i> , <i>no mames</i> , etc. y las demás del estilo utilizadas en México deberían tener su lugar en los diccionarios.	30	23	30	5	40	73

*Nota:* Los números 1 y 2 se refieren a las generaciones: 1 representa la primera generación (18 a 35 años); y 2, la segunda (36 años y más).

#### 4.3. La pregunta abierta

La última parte de la encuesta consistía en una pregunta abierta. Después de oír un fragmento audio de la película *Y tu mamá también*, en el cual se escucha a los dos protagonistas hablando con la típica jerga juvenil de México, incluyendo muchas palabras como, *verga*, *güey*, *puta madre*, *no mames*, *cabrón*, *chingar a su madre*, *nel*, *pinche*, *carajo*, *a huevo*, etc., el informante tenía que contestar la pregunta siguiente: *¿Cree Ud. que este tipo de lenguaje debería utilizarse en las películas y los medios de comunicación*

mexicanos? ¿Sí o no? y ¿por qué?<sup>30</sup> Si se toma en cuenta todos los informantes, la mayoría (65%) está en contra de que salga “este tipo de lenguaje” en las películas mexicanas, contra el 35% que está a favor. En cuanto a la comparación entre hombres y mujeres, no hay ninguna diferencia; es igual en los dos grupos, e igual que todos los informantes juntos: el 65% contestó que no, contra 35% que sí. Donde se ve un contraste considerable es al comparar las generaciones. La primera generación está totalmente dividida (50% a favor, 50% en contra), mientras que en la segunda, casi la totalidad está en contra (90%) contra sólo el 10% que está a favor.

Por regla general, los que están de acuerdo con el uso del *slang* en las películas y la televisión mexicanas justifican su opinión afirmando que estas palabras son comunes y normales ya en la vida cotidiana y por todos lados; que existen, aunque quisiéramos ocultarlas. Aquí viene una lista que resume las respuestas recolectadas de los que están a favor:

### **¿Por qué sí?**

- Es normal, es de uso común.
- En todas partes se usa, común y cotidiano, en la casa, la calle, la escuela.
- Es parte del caló mexicano, así uno se identifica con los personajes.
- No sirve esconderlas, las groserías existen.
- Para que nos podamos identificar con los personajes.
- Está chido.
- Cada quien hace lo que quiere.
- Es lo mejor.
- Lo escuchamos en la calle, ¿por qué no en la tele?

---

<sup>30</sup> Al hacer el cómputo de los resultados nos dimos cuenta de que algunos informantes no habían contestado esta pregunta y otros pusieron una marca en ambas casillas, la del sí y la del no. Se cancelaron y entonces no se tomaron en cuenta en los cálculos.

En lo que atañe a los informantes que estaban en contra del uso de las groserías en las películas, la gran mayoría mencionó la mala influencia que esto tiene sobre los niños y las próximas generaciones:

### **¿Por qué no?**

- Es un mal ejemplo para los niños, no es una buena educación para ellos.
- Los niños imitan y entonces van a utilizar estas palabras.
- No es una manera correcta de expresarse.
- Está mal.
- Se oye mal.
- Debemos tener mejor moral y educación.
- Se pierde la educación, se pierden los valores.
- Es inadecuado.
- No es necesario.
- Fomenta la vulgaridad y la falta de educación.
- Es muy obsceno.
- Nos naquesen<sup>31</sup> más [las groserías].
- Se ve mal, no es bien visto.
- Es de mala educación.
- Cada vez se pierde más respecto a los demás.
- Porque así seguirán las malas palabras.
- Porque el cine es arte, debe ser exento de este tipo de vocabulario.
- Empobrece la lengua.

## **TABLA 11**

### **Porcentajes de los informantes de acuerdo o no con el uso de groserías en las películas mexicanas**

---

<sup>31</sup> Del adjetivo “naco”.

<i>¿Cree Ud. que este tipo de lengua debería utilizarse en las películas y los medios de comunicación mexicanos?</i>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Todos los informantes	35%	65%
Todas las mujeres	35%	65%
Todos los hombres	35%	65%
Las mujeres de la primera generación (18 a 35)	50%	50%
Los hombres de la primera generación	50%	50%
Las mujeres de la segunda generación (36 y más)	10%	90%
Los hombres de la segunda generación	10%	90%

Se nota una importante diferencia entre las opiniones sobre esta cuestión de las

## CAPÍTULO V

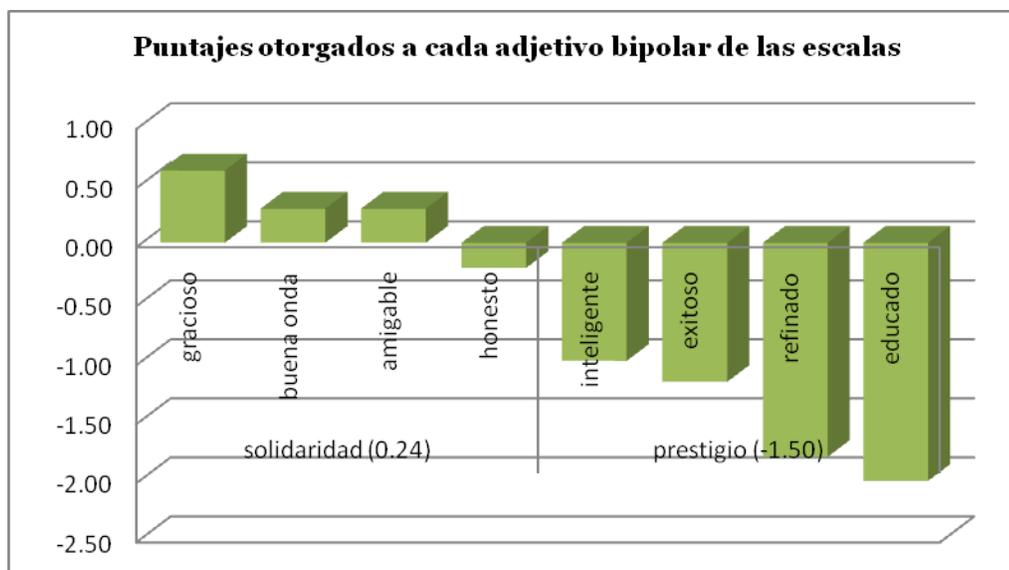
### 5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 5.1. Escalas de diferencial semántico

Los resultados obtenidos en las escalas de diferencial semántico por parte de todos los informantes en cuanto a las dimensiones de solidaridad y de prestigio (promedios de 0.24 y -1.50, respectivamente) no son nada sorprendentes y concuerdan con nuestras expectativas. Como ya lo hemos subrayado, se ha demostrado, en una diversidad de estudios sobre actitudes lingüísticas, que los hablantes de variedades no-estándares o consideradas de menor estatus suelen recibir bajos puntajes en cuanto a la dimensión de prestigio, pero reciben mejores puntuaciones en lo que atañe a la dimensión de la solidaridad (Lambert, 1967; Ryan & Giles, 1985; Wölck, 1973). Concretamente, esto significa que los evaluadores juzgan más favorablemente las características relacionadas con la personalidad del hablante, como la bondad o la simpatía por ejemplo, que los atributos vinculados con el estatus, como el éxito y la inteligencia. Nuestros resultados corroboran este fenómeno. En el gráfico 1 se puede observar una clara tendencia en los puntajes: de manera muy significativa ( $p < 0.0001$ ), los

atributos de la dimensión de prestigio se juzgaron más negativamente que los de la dimensión de solidaridad.

## GRÁFICO 1



*Nota:* El valor de 3 fue asignado al extremo más favorable de las escalas y el valor de -3 al menos favorable. Ejemplo: amistoso (3) / no amistoso (-3). En el gráfico sólo se menciona el adjetivo positivo.

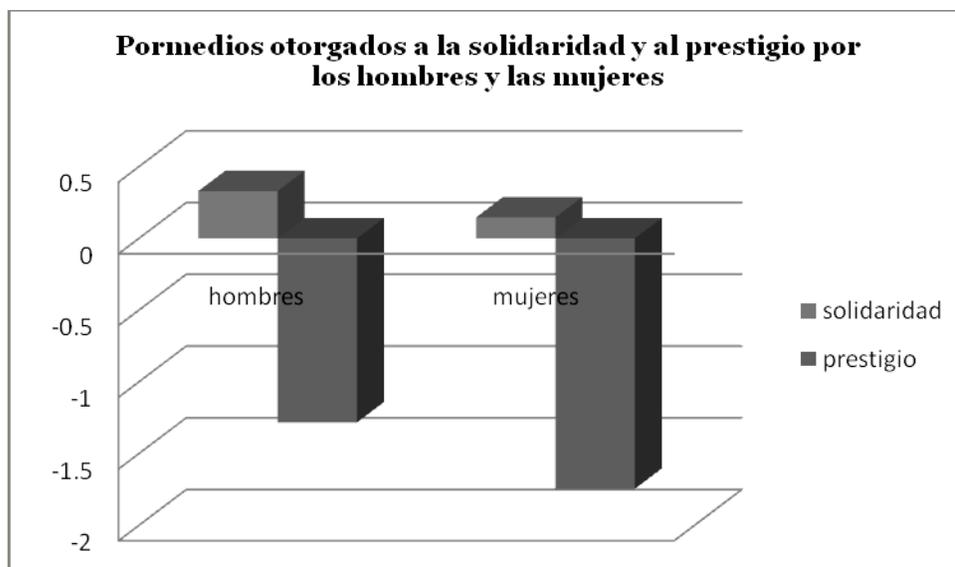
Aunque los puntajes de la dimensión de la solidaridad no son muy altos, muestran que, en regla general, los informantes encontraron a los hablantes de *slang* algo amigables y simpáticos. Ahora bien, en lo que atañe a la inteligencia o educación de éstos, sucede lo contrario, pues consideran que los hablantes del *slang* son muy poco educados, no exitosos y no inteligentes. Según estos resultados, la variedad no-estándar no sólo se relaciona con una falta de educación, sino también con una falta de inteligencia. Además, los informantes tienden a pensar que los hablantes de esta variedad no son exitosos. Como se ha argumentado con profundidad en la introducción, la variedad estándar y las variedades no-estándares no gozan en absoluto del mismo reconocimiento social. La lengua estándar, siendo asociada al grupo dominante, tanto económica, política como simbólicamente, es considerada como la “buena” lengua y, en consecuencia, es vinculada con la idea de

corrección y suscita la impresión de requerir esfuerzo y cuidado por parte de sus hablantes. En cambio, la o las variedad(es) no-estándar(es) provocan percepciones opuestas: en general, se asocia(n) con gente marginalizada, de baja posición en la jerarquía social y sin ningún poder simbólico en la sociedad.

### 5.1.1. Variable sexo

Al tomar en consideración la variable de género para comparar las actitudes lingüísticas nos damos cuenta de que, así como lo hemos observado en la totalidad de los informantes, tanto los hombres como las mujeres juzgan las dimensiones de solidaridad y de prestigio de forma significativamente diferente ( $p < 0.0001$ ): ambos grupos evalúan el prestigio mucho más negativamente. Ahora, como se puede observar en el gráfico 2, en cuanto a la comparación entre los géneros sobre evaluación de cada dimensión, hemos demostrado que existe una diferencia significativa en su manera respectiva de evaluar el prestigio ( $p < 0.01$ ), pero no la solidaridad ( $p > 0.05$ ).

## GRÁFICO 2



Entonces, mientras los hombres y las mujeres comparten más o menos las mismas impresiones sobre los atributos relacionados con la personalidad de un hablante del *slang*,<sup>32</sup> no concuerdan en su manera de evaluarlo en cuanto a sus cualidades vinculadas con la dimensión de prestigio, mostrándose las mujeres más severas que los hombres. Conviene apoyarnos en la teoría del *prestigio encubierto* para explicar tal fenómeno.

El término general de *prestigio* en sociolingüística se refiere al valor positivo que se le otorga a las formas lingüísticas estándares que, por ser reconocidas y valoradas en la sociedad, permiten el ascenso en la escala social a los individuos que las dominan (Silva-Corvalán, 2001: 99). Se ha demostrado en varios estudios sociolingüísticos que, en las culturas occidentales, las mujeres tienden a usar las formas reconocidas como más prestigiosas de su lengua con más frecuencia que los hombres (Fontanella, 1973; Labov, 1966; Trudgill, 1974). Éstas demuestran “una preferencia general – tanto en lo fonético como en lo gramatical y lexical – por usos de mayor prestigio, que es particularmente notoria en los hablantes femeninos del estrato medio bajo, y que contrasta con el mayor uso de formas estigmatizadas por parte de los hombres” (Fontanella, 1973: 58), lo cual se transparenta así mismo en el hecho de que las mujeres suelen autocorregirse más que los hombres. En la investigación llevada a cabo por Trudgill (1974) en Norwich, por ejemplo, en la cual el lingüista quiso averiguar si en el contexto británico pasaba lo mismo de lo que ya se había comprobado en el contexto americano con las investigaciones de Labov (1966), es decir que las mujeres utilizaban las formas prestigiosas con más frecuencia que los hombres, se ha demostrado que, entre las posibles pronunciaciones de la terminación de los verbos en –*ing*, las mujeres prefieren la variante velarizada (de la pronunciación estándar, RP) a la no velarizada (no estándar). Así, se confirmó que el mismo fenómeno descubierto en los Estados Unidos sucedía en tierras inglesas, es

---

<sup>32</sup> Aunque los hombres se mostraron más generosos también en la dimensión de la solidaridad (hombre:0.33, mujeres: 0.15), la diferencia entre ambos sexos no se mostró significativa.

decir que las mujeres preferían las formas lingüísticas consideradas como más prestigiosas.

Según los autores que han investigado el fenómeno de la diferenciación lingüística según el género, esta tendencia de tener un habla más “conservadora” y “correcta” en las mujeres se podría explicar por el hecho de que el uso de formas no-estándares lleva connotaciones de masculinidad. A este respecto, podríamos preguntarnos, ¿por qué el hecho de transgredir las leyes normativas y de utilizar formas más “vulgares” se asocia con la masculinidad? Tal vez por el hecho de que, en un mundo dominado por el hombre, en regla general, se espera de las mujeres más decencia, mayor respeto de las normas de conducta social y más sumisión a las reglas impuestas por la sociedad. También se ha sugerido que, por no gozar de una posición tan segura en la sociedad como el hombre, la mujer tiene más razones que éste de acudir a su lengua para expresar prestigio:

Women may be using linguistic means as a way to achieve status denied to them through other outlets. Since women have long been denied equality with men as far as educational and employment opportunities are concerned, these are not reliable indicators of a woman's status or the status she aspires to. Thus, the market-place establishes the value of men in economic terms, but the only kind of capital a woman can accumulate is symbolic. (Romaine, 2000: 78)

Bourdieu va hasta considerar que el hecho de respetar las reglas prescriptivas de la lengua y de hablar “correctamente” puede ser en sí símbolo de sumisión y de feminidad. De hecho, según el sociólogo, el uso del *slang* por los hombres es una forma de combatir dicha debilidad:

Slang [...] constitutes one of the exemplary, and one might say, ideal, expressions [...] of the vision, developed essentially to combat feminine (or effeminate) “weakness” and “submissiveness”, through which the men most deprived of economic and cultural capital grasp their virile identity and perceive a social world conceived of purely in terms of toughness. (Bourdieu, 1991: 96)

Ya hemos visto que las formas estándares gozan de reconocimiento y de prestigio y que su uso puede resultar muy práctico para quien aspira a

ascender a una buena posición en la sociedad. Sin embargo, en el habla masculina, el hecho de transgredir las leyes, de innovar lingüísticamente, de utilizar formas no-estándares, etc. no es *necesariamente* mal visto o juzgado negativamente. “Además, la presión social de *identificación con un grupo* parece ser más fuerte en el caso de los hombres y esto favorece el mantenimiento de variantes no estándares que simbolizan tal identidad”. (Silva-Corvalán, 2001: 99) Esa dureza (*toughness*) mencionada por Bourdieu en el habla de los hombres goza también de una forma de “prestigio”; se trata un prestigio *encubierto*, es decir que no se expresa abiertamente. En el estudio en Norwich de Trudgill (1974), los hombres afirmaron usar las formas no-estándares menos de lo que hacían en realidad (*subestimación*), mientras que las mujeres afirmaron que no las usaban tanto, contradiciendo lo que demostraban los resultados (*sobreestimación*). La incoherencia entre lo que el hablante piensa que hace y lo que hace en realidad es el resultado del prestigio encubierto de ciertos estilos de habla y de las diferencias que existen entre los criterios evaluativos de cada género:

This favourable attitude is never overtly expressed, but the responses to these tests show that statements about ‘bad speech’ are for public consumption only. Privately and subconsciously, a large number of male speakers are more concerned with acquiring prestige of the covert sort and with signaling group solidarity than with obtaining social status, as this is more usually defined. By means of these figures, evidence of the ‘cover prestige’ associated with non-standard varieties, and that, for Norwich men, working-class speech is statusful and prestigious. (Trudgill, 1974: 188)

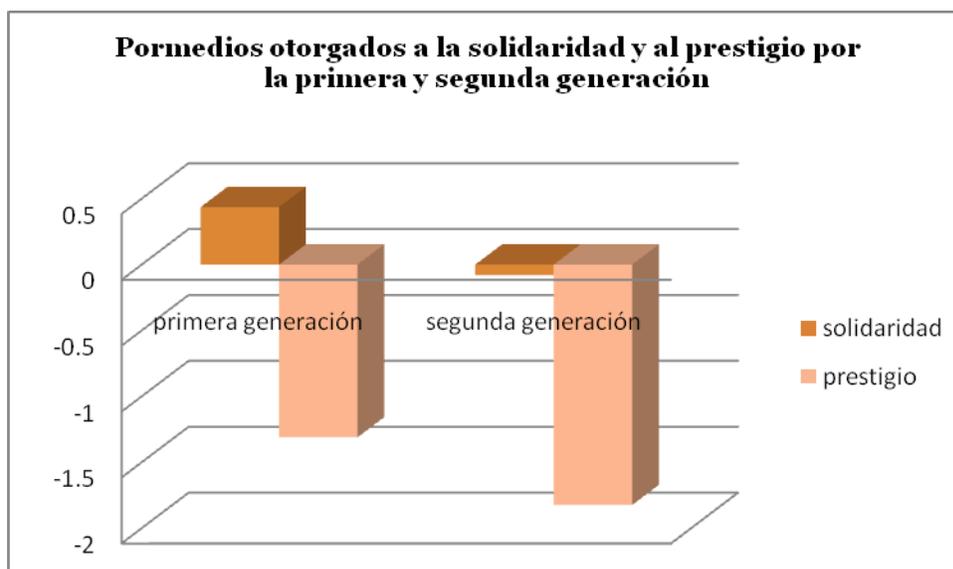
El fenómeno de prestigio encubierto podría explicar, entre otras cosas, por qué las formas no-estándares persisten y por qué ciertas variables no son evaluadas de la misma forma en el habla masculina y el habla femenina. En efecto, en una variedad de estudios sociolingüísticos se ha observado que los patrones de evaluación difieren en lo que atañe al habla masculina y a la femenina: lo que se considera prestigioso por parte de un sexo no lo es necesariamente para el sexo opuesto” (Silva-Corvalán, 2001: 99).

Regresando a nuestros resultados, como ya lo hemos mencionado, el promedio de la puntuación otorgada al prestigio por parte de los informantes masculinos fue de -1.28 y, por parte de las mujeres, de -1.75. Encontrándose el nivel de significatividad a  $p < 0.01$ , se elimina la posibilidad de que haya ocurrido por mera casualidad, confirmándonos que la diferencia es significativa. Tomando en consideración el fenómeno de prestigio encubierto así como las principales diferencias entre el habla de ambos sexos, es decir el hecho de que los hombres vean cierto tipo de prestigio en esta forma de hablar y que las mujeres tengan una preferencia general por las formas más estándares, resulta bastante lógico que las mujeres se hayan mostrado más severas que los hombres en su juicio hacia los hablantes del *slang* en cuanto a la dimensión de prestigio.

#### **5.1.2. Variable edad**

En la etapa siguiente, es decir la de comparar los resultados según las generaciones, hemos llegado a confirmar que, por una parte, las dos generaciones juzgan mucho más desfavorablemente la dimensión de prestigio que la de solidaridad ( $p < 0.0001$ ) y, por otra, que de manera significativa la primera y la segunda generación juzgan de forma diferente las dimensiones de solidaridad y prestigio (respectivamente,  $p < 0.01$  y  $p < 0.001$ ). Como lo ilustra el gráfico 3, la segunda generación juzga más negativamente a los hablantes del *slang* en las dos dimensiones, sobre todo la del prestigio. Los jóvenes otorgaron promedios de 0.44 y -1.31 a la solidaridad y al prestigio, respectivamente, y la generación adulta, -0.08 y -1.82.

### GRÁFICO 3



La gran mayoría de los estudios que tratan de la variable edad en los estudios sociolingüísticos son estudios variacionistas, es decir que se interesan por observar las diferencias existentes en las producciones lingüísticas de los diferentes cortes generacionales. Así, se llega a predecir los cambios lingüísticos en proceso:

Esta variable influye de forma decisiva en el comportamiento lingüístico puesto que desempeña un papel importante en la interacción comunicativa, en la organización del sistema social y en el cambio lingüístico [...] Al igual que ocurre con la variable sexo, diversos investigadores han encontrado diferencias concretas y discriminantes entre los segmentos o grupos que completan esta variable. (Gómez Molina, 1998: 45)

Ahora bien, muy escasos estudios sobre las *actitudes* lingüísticas - las cuales, en nuestra opinión, también consistirían en un buen indicador de futuros cambios en la lengua – se han concentrado en esta variable social. Dicho esto, al saber que existen diferencias marcadas en las hablas de las diferentes generaciones, bien podemos suponer que lo mismo ocurre en cuanto a las actitudes de éstas, lo cual, de hecho, se observa en nuestros resultados.

La razón principal por la cual la generación de los 36 años y más juzgó más desfavorablemente a los hablantes del *slang* se puede explicar por el simple y fundamental hecho de que la lengua es una entidad cambiante que evoluciona. Como se puede ver con el ejemplo de *güey* en la parte dedicada a la descripción de uso de las palabras del *slang*, el estatus de éstas cambia a través el tiempo. Una palabra estigmatizada o considerada de “mal gusto” bien puede, algunas décadas más tarde, llegar a perder toda connotación negativa y formar parte de la lengua estándar. Como bien lo dicen los autores de *Bad Language*:

Words circulate in the language. Many old slang words are accepted and taken into the neutral styles. After a generation or two, there is nothing slangy left in them. Sometimes they may pass from slang to neutral language through an intermediate state of being vogue words. By *vogue words* we mean words and phrases which become popular and very frequent for a short period of time. (Andersson & Trudgill, 1990: 81)

Las palabras que los autores llaman *vogue words* - llamémoslas “palabras de moda” - tienen dos características principales: primero se vuelven muy populares y se usan con mucha frecuencia por un corto período de tiempo, luego se amplía su significado o su función (*op cit*), exactamente como en el caso de la palabra *güey*<sup>33</sup>. De hecho, no sería nada sorprendente que en veinte o treinta años ésta entre en la categoría de la lengua estándar. Este simple hecho basta para comprobar que una palabra no es *mala* en sí, sino que sólo lo es a los ojos de quien la evalúe. La primera y segunda generaciones tienen percepciones diferentes de los hablantes que usan palabras del *slang* porque éstas mismas no crean necesariamente el mismo *efecto* en cada generación. Como lo indican los resultados de la segunda parte de nuestra encuesta, la palabra *güey*, por ejemplo, es considerada como grosería por el 68% de la segunda generación mientras que sólo el 30% de la primera generación la considera así. También, se podría suponer que el hecho de que los hablantes de las grabaciones sean ellos mismos jóvenes

---

<sup>33</sup> Ver sección dedicada a la descripción de uso de la palabra *güey* en anexo para mayor ampliación sobre su evolución.

haya llevado a la primera generación a sentirse identificada, más que la segunda, con su estilo de habla.

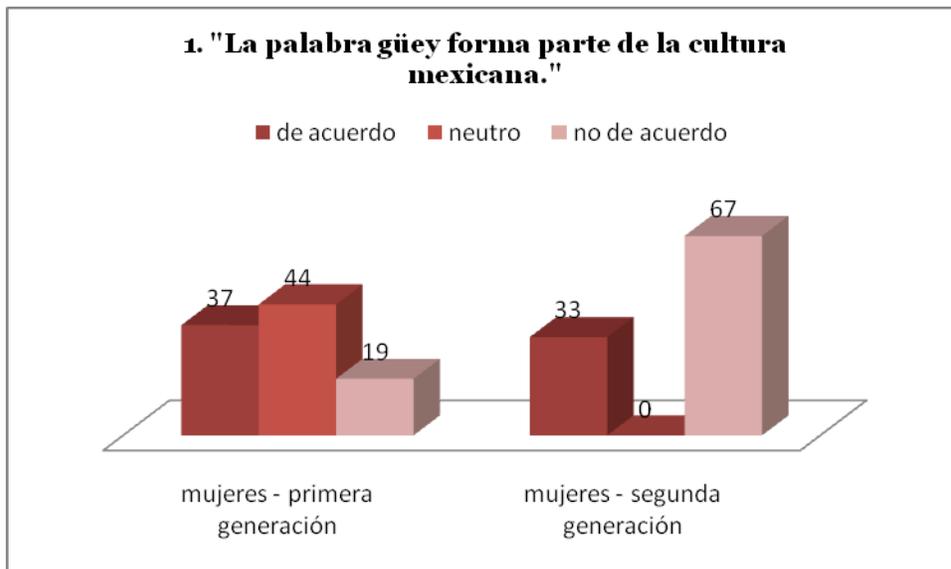
## **5.2. Escalamiento tipo Likert**

En la parte de nuestro estudio dedicada a averiguar el nivel de conformidad de los informantes con algunas afirmaciones sobre la palabra *güey* y el *slang* en general, hemos notado, en un primer tiempo, algunos hechos interesantes sobre la totalidad de los informantes, tomando en cuenta todas las categorías: Casi la mitad de los informantes (47%) está de acuerdo con que la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana, más de la mitad (58%) está de acuerdo con que la palabra *güey* empobrece la lengua y considera que las mujeres no deberían usar groserías (56%).

### **5.2.1. Variable sexo**

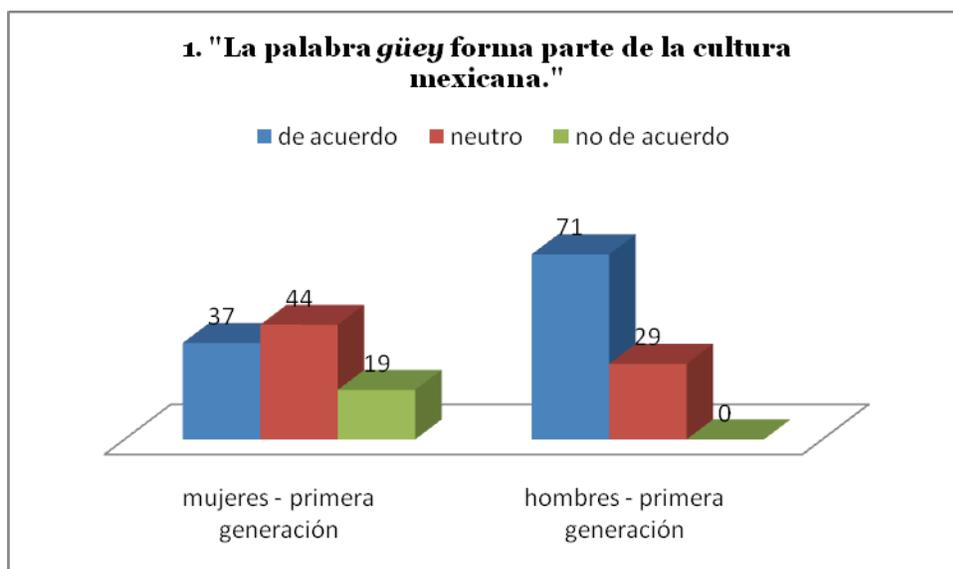
En un segundo tiempo, a la hora de comparar los resultados según el género, notamos que en sólo un caso, en la primera afirmación, la diferencia entre ambos sexos llegó a ser lo suficientemente significativa para rechazar la hipótesis nula. Mientras 58% de los hombres están de acuerdo con que la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana, sólo el 36% de las mujeres comparte este punto de vista. Estos resultados pueden indicar un uso más generalizado y arraigado de la palabra *güey* en la cultura masculina en México. Así, nos pareció importante averiguar hasta qué punto estos resultados eran influenciados por los puntajes de la segunda generación femenina y, así, ver si la palabra *güey* adquiere más importancia en la cultura femenina mexicana de la primera generación en comparación con la generación de las mujeres de 36 años y más. En el gráfico 4, podemos observar la evolución:

## GRÁFICO 4



Lo que más se destaca es que, en la generación más joven, hay un alto porcentaje de neutralidad, de mujeres que no están de acuerdo ni en desacuerdo, y con sólo el 19% que afirma no estar de acuerdo con la afirmación. En la generación mayor, en la que nadie se encuentra en la neutralidad, el 67% no está de acuerdo con que la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana. Se nota entonces un cambio considerable entre las opiniones de ambas generaciones femeninas, lo cual nos confirma que la palabra *güey* ha tenido una evolución notable en el mundo femenino, estando la palabra cada vez más presente en la vida de las mujeres mexicanas más jóvenes. Este fenómeno nos llevó a preguntarnos si los hombres y las mujeres de la primera generación tenían una idea más o menos similar sobre la "posición" de *güey* en la cultura mexicana. Los resultados, como se pueden ver en el gráfico 5, nos indican que sigue existiendo una diferencia considerable entre las opiniones de los hombres y las mujeres, aun en la generación de los jóvenes. La gran mayoría (71%) de los hombres de 18 a 35 años considera que la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana, contra sólo el 37% de las mujeres de la misma generación que comparte esta opinión. Además, sobre la totalidad de los informantes varones, ninguno se mostró en desacuerdo con la afirmación.

## GRÁFICO 5



Entonces, aunque exista una diferencia considerable entre las mujeres de ambas generaciones en su percepción de la pertenencia de la palabra *güey* a la cultura mexicana, no llega a compararse con la diferencia que se da entre los hombres y las mujeres, incluso entre los jóvenes.

Vale la pena detener nuestra atención en los resultados obtenidos en las afirmaciones #4 y #8, aunque no se haya obtenido, en ninguna de éstas, un nivel de significancia suficiente desde un punto de vista estrictamente estadístico.<sup>34</sup> El 48% de la totalidad de los informantes masculinos considera que la palabra *güey* es *chida*<sup>35</sup> y el 52% de éstos sostiene que permite entrar en confianza con la demás gente, mientras que los porcentajes de las mujeres que comparten estas opiniones son, respectivamente, de 21% y 14%. Los hombres parecen tener, en general, opiniones más positivas que las mujeres sobre la palabra *güey*. Le otorgan a ésta un valor práctico, ya que les sirve para entrar en confianza con la gente, y la consideran *chida*. El hecho de que

<sup>34</sup> En ambos casos, se obtuvo 0.06 como valor de *t*, siendo 0.05 el mínimo requerido para tener significancia.

<sup>35</sup> *Chido* es el adjetivo supremo para hablar de "lo bueno", "lo maravilloso", "lo mejor". *Chido* es el equivalente del *cool* de la voz anglosajona. Es una palabra que suele utilizarse en contextos más informales, que, al igual que *güey*, es considerada como no-estándar y forma parte del *slang*.

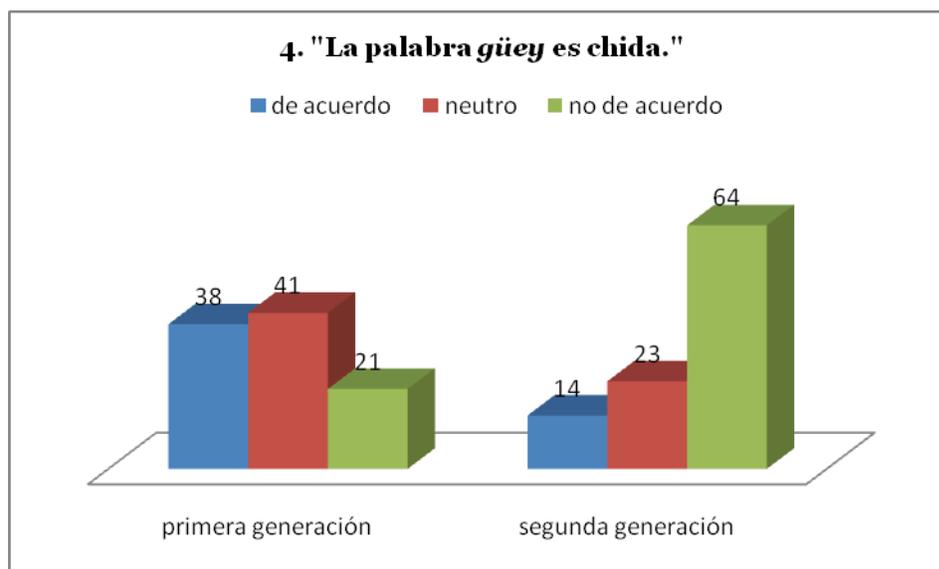
los hombres tengan una actitud general más positiva hacia la palabra *güey* se puede explicar, al igual que en la sección anterior, por el fenómeno del prestigio encubierto. Para la cultura masculina, la palabra *güey* tiene un valor que no parece tener mucha importancia para las mujeres. La palabra *güey* puede simbolizar masculinidad, virilidad, y puede también ser ligada a un sentimiento de solidaridad y de pertenencia a un grupo. En las mujeres, que, por regla general, buscan otro tipo de prestigio, asociado más bien a la lengua “cuidada” y estándar, la palabra *güey* no provoca reacciones tan positivas, sino más bien lo contrario. Antes de cerrar esta parte sobre la diferencia entre géneros, sería interesante señalar que, para la afirmación que directamente tiene que ver con la cuestión de género, justamente ambos grupos concuerdan: El 57% de las mujeres y 55% de los hombres consideran que *las mujeres no deberían utilizar groserías porque en ellas es de mal gusto*. La concordancia entre géneros sobre esta cuestión confirma la generalización de esta creencia: la idea de que la mujer deba comportarse de manera distinta al hombre está arraigada en ambas mentes, tanto la masculina como la femenina.

### 5.2.2. Variable edad

Al comparar la primera y segunda generación, hemos llegado a niveles de significancia muy reveladores en todas las afirmaciones, menos en la que sostiene que las groserías se pueden remplazar por otras palabras y significar lo mismo, en la cual la mayoría está de acuerdo, tanto en la primera generación como en la segunda (57% y 68%, respetivamente). Las afirmaciones con el más alto nivel de significancia ( $p < 0.0001$ ), es decir aquellas en las cuales la diferencia entre las opiniones de ambas generaciones es la más significativa, son las que sostienen que la palabra *güey* es chida y que las mujeres no deberían usar groserías porque en ellas es de mal gusto. En lo que atañe a la primera de estas dos afirmaciones, el mero hecho de que el ítem incluya la palabra *chido* puede haber tenido una incidencia en las respuestas de los informantes, en el sentido de que si un individuo está “en

contra” de este tipo de palabras, puede ser que conteste aún más desfavorablemente. Como ya se ha comentado en la sección dedicada a la descripción de uso de las palabras del *slang*, la palabra *chido* ha sufrido un cambio importante en las últimas décadas, ya que antes su uso se asociaba más a personas maleducadas, mientras que hoy en día casi todos la usan sin discriminación. Entonces, para la generación de los 36 años y más la palabra seguramente lleva una connotación más negativa que para la generación de los 18 a 35 años, lo cual puede explicar la gran diferencia de opinión sobre si la palabra *güey* es *chida*. Como se puede observar en el gráfico 6, el 79% de la primera generación se encuentra entre el acuerdo y la neutralidad, mientras que en la segunda, la mayoría (64%) no está de acuerdo, dejando sólo a 14% de acuerdo y a 23% en la neutralidad:

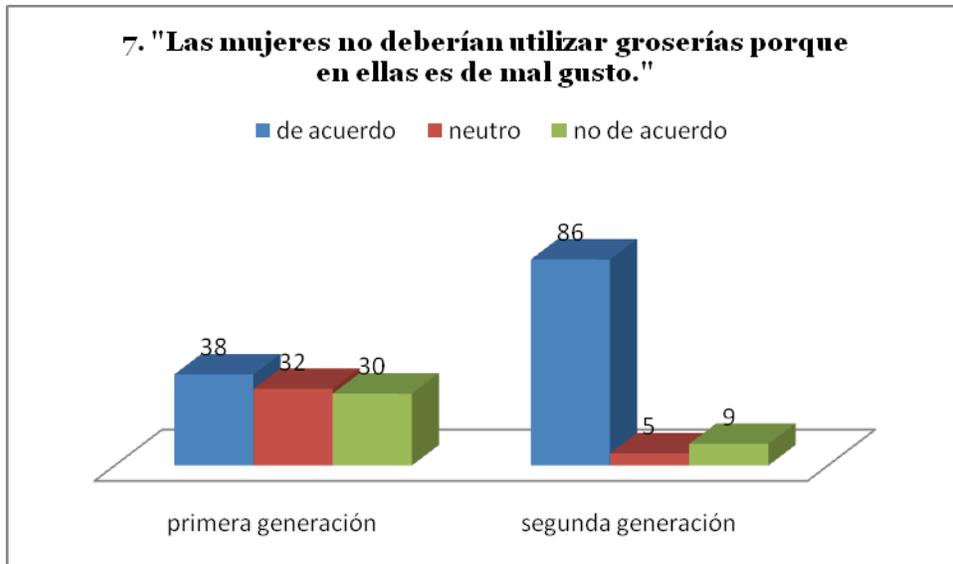
**GRÁFICO 6**



En lo que atañe a las opiniones de los informantes hacia el uso de groserías por parte de las mujeres, también se nota una diferencia significativa entre las diferentes generaciones: mientras el 86% de la segunda generación cree que las mujeres no deberían utilizar groserías, menos de la mitad (38%) de la generación más joven concuerda. Mientras la primera generación se divide

casi igualmente entre las tres categorías, la generación adulta parece estar muy decidida sobre el hecho de que las groserías no son apropiadas para las mujeres. El gráfico 7 ilustra bien la dramática diferencia entre las generaciones:

## GRÁFICO 7



Aunque sea mucho más en extremo en la generación de los 36 años y más, la idea de que las mujeres no deberían “hablar mal” sigue existiendo en los más jóvenes. Tanto como se espera de los hombres y de las mujeres ciertas maneras de ser, lo mismo pasa en cuanto a su forma de hablar. Existen estereotipos vinculados con cada género que “dictan” de cierta manera sus conductas:

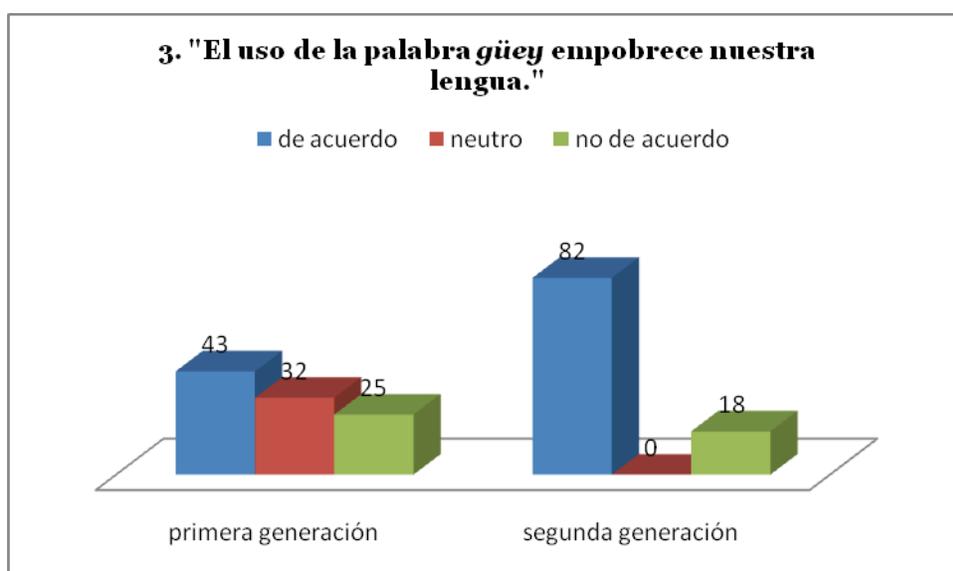
Male speakers, for example, are supposed to be demanding, dominating, authoritarian, use swear words, show anger, have a sense of humour, be aggressive, and so on. Female speakers, by contrast, are said to be able to enunciate clearly, have high pitch, use more hand and facial expressions, gossip, be gentle, dwell on trivial topics, talk a lot and use gibberish. These characteristics remain as stereotypes and clearly reflect the social and historical forces of a male-dominated society. (St Clair, 1982: 169)

Dicho esto, al ver la diferencia entre las opiniones de ambas generaciones, podemos suponer que, siempre y cuando siga la tendencia en la misma

dirección, cada vez menor será la desigualdad entre lo que se espera lingüísticamente de cada género: “En general, se trata de una estratificación generacional que indica la marcha de la variación; las generaciones jóvenes suelen ser más innovadoras en contraste con el conservadurismo lingüístico de las mayores.” (López Morales, 1989: 114). Al considerar la importante diferencia entre las generaciones en lo que atañe a si una mujer debería o no usar “malas palabras”, es de esperarse que cada vez menos sea mal visto que la mujer las use y que éstas ya no suenan necesariamente “peor aún” por salir de la boca de una mujer.

Otra creencia muy difundida entre la población mexicana acerca de la palabra *güey* – y de las groserías en general – es que ésta empobrece la lengua. Es como si esta palabra no contara como *una más* en el bagaje léxico de uno, como la lógica lo quisiera, sino como *muchas menos*. Es como si, de cierta manera, la palabra *güey* le impidiera al hablante tener acceso a una riqueza léxica. Como se puede observar en el gráfico 8, dicha concepción también parece modificarse con el paso del tiempo.

### GRÁFICO 8



El 82% de la segunda generación y el 43% de la generación de los jóvenes concuerdan con esta creencia:

[T]here is popular belief that children's vocabularies can be subjected to catastrophes. Such linguistic folklore claims that there are certain words or phrases which impoverish the language. Slang and swearing are often counted among these 'linguistic cancer cells', which is what people seem to think of when they use phrases like 'impoverished language', and 'linguistic deprivation'." (Andersson y Trudgill, 1990: 38)

Se critica la palabra *güey* con frecuencia por su excesiva repetición y su presunta inutilidad, sobre todo en las conversaciones de los jóvenes, lo cual lleva a pensar que empobrece la lengua, que la tacha inútilmente de una palabra vacía y sin sustancia. Andersson y Trudgill (1990), dedican un capítulo entero a lo que denominan *small words*. Estas palabras pequeñas son las que suelen puntuar nuestras conversaciones. En inglés, las más criticadas serían por ejemplo *like, y'know, sort of, etc.*, en francés de Quebec (para dar un ejemplo local), las más comunes (por lo menos entre los jóvenes) serían *genre, tsé, man y là là*.<sup>36</sup> En español se suele llamar a estas pequeñas palabras 'muletillas' y éstas, en regla general, no tienen buena reputación: se dice que son expresiones innecesarias, que se repiten mucho por hábito, que no están dirigidas específicamente al oyente, ya que no llevan contenido informativo directo, y que demuestran que el interlocutor, por tener que apoyarse en estas palabras sin sentido para poder continuar hablando, no tiene claro lo que quiere decir. Según los lingüistas la cuestión no es tan simplista. Aunque a veces sí puedan servir estas palabras de ayuda para darle el tiempo al interlocutor de formular sus pensamientos (lo cual puede resultar muy útil), también cumplen con otras funciones: pueden servir, para el oyente, de señales o índices sobre las intenciones del interlocutor y, sobre todo, marcan la organización de la conversación, un poco como lo haría la puntuación en un texto escrito (Andersson y Trudgill, 1990: 18-19).

En el caso de *güey*, aunque no desde sus orígenes, la palabra ha llegado a servir de muletilla y, por lo tanto, la podemos considerar, en uno de sus

---

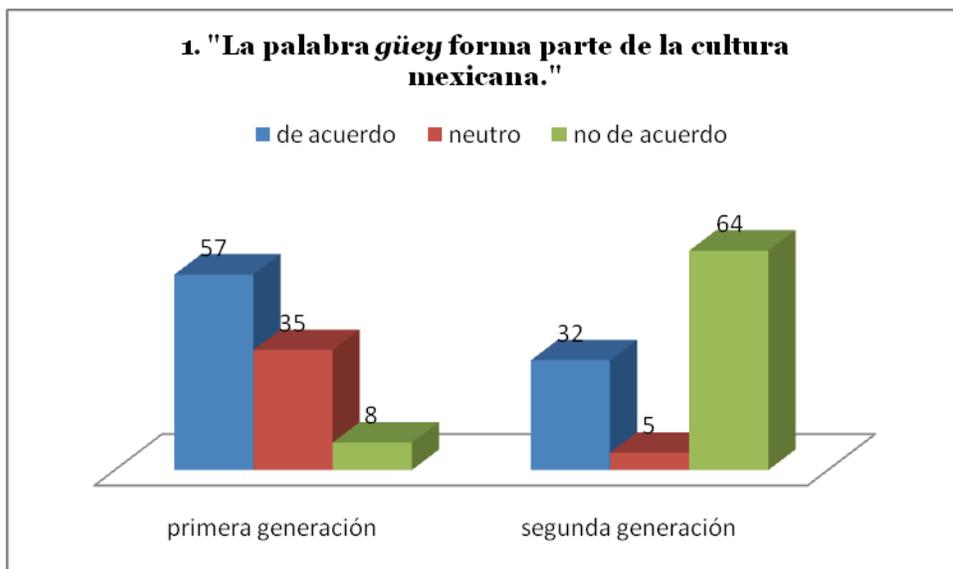
<sup>36</sup> De hecho, he conocido a unos mexicanos que llamaban a los quebequenses los *Lolos* por la impresionante cantidad de *là là*... que siempre escuchaba en nuestras conversaciones.

varios usos, como un ejemplo de este tipo de *pequeña palabra*. En este sentido, la palabra funciona como un marcador discursivo. Se analizará este aspecto de la palabra *güey* en mayor profundidad en la sección dedicada a la descripción de uso de ésta.

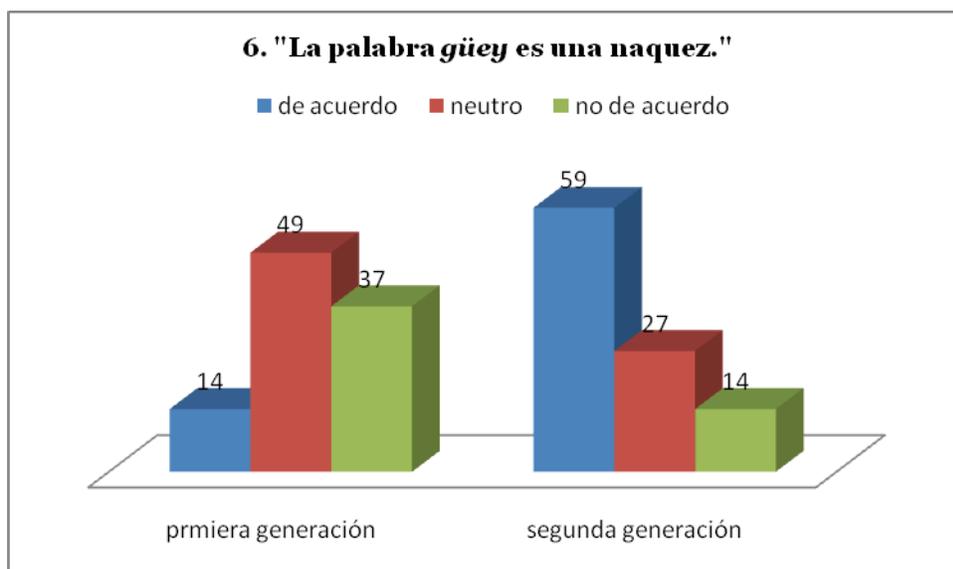
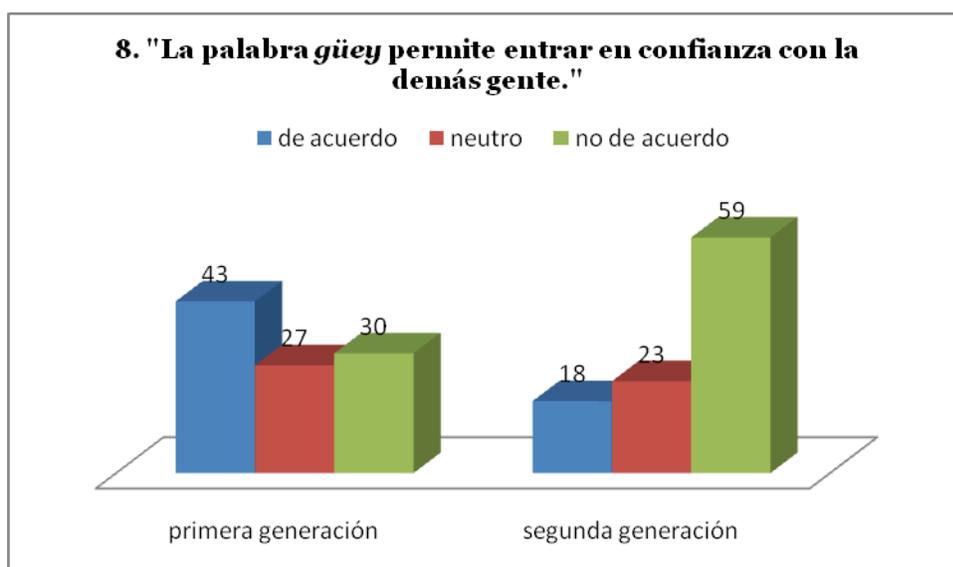
El hecho de que la palabra *güey* sea más utilizada por los jóvenes en general que por la segunda generación puede explicar porqué la primera generación la ve menos como un empobrecimiento de la lengua. Al usarla justamente de manera recurrente, los jóvenes deben darse cuenta inconscientemente de su utilidad. También, al tener una connotación más negativa para la generación adulta y, por lo tanto, al crear un efecto más fuerte en ella, la palabra *güey* debe de *notarse* más en los oídos de ésta, mientras pasa más desapercibida para los jóvenes.

Otro hecho que subraya la gran diferencia entre lo que la palabra *güey* *significa* para ambas generaciones es su percepción de si la palabra forma parte o no de la cultura mexicana. Hemos visto, en la parte dedicada a las diferencias entre géneros, que la palabra *güey* se percibía de forma muy diferente por parte de ambos sexos y, también, que dentro del grupo femenino, la variable de generación también tenía cierta influencia en las opiniones expresadas. Ahora, en la totalidad de los informantes, al comparar las dos generaciones, el 64% de la segunda generación, contra sólo 8% de la generación más joven, no está de acuerdo con que la palabra *güey* forme parte de la cultura mexicana:

## GRÁFICO 9



Mientras hay bastante indecisión en la primera generación (35%), si bien con 57% de acuerdo con la afirmación, en la segunda sólo una pequeña minoría se encuentra en la neutralidad, con la mayoría decidida sobre su desacuerdo. La palabra *güey*, definitivamente, no tiene la misma importancia para ambas generaciones. También se nota el cambio en las percepciones de las distintas generaciones en las opiniones expresadas en reacción a la afirmación que pretende que la palabra *güey* es una *naquez* así como a la que sostiene que la palabra *güey* nos permite entrar en confianza con la gente. La mayoría de la segunda generación (59%) está de acuerdo con que la palabra *güey* es una *naquez* y no está de acuerdo con que ésta pueda ser útil para entrar en confianza con la demás gente. En contraparte, sólo el 14% de los jóvenes calificaría la palabra *güey* de *naca* y el 43% de ellos piensan que la palabra *güey* sí permite entrar en confianza con los otros.

**GRÁFICO 10****GRÁFICO 11**

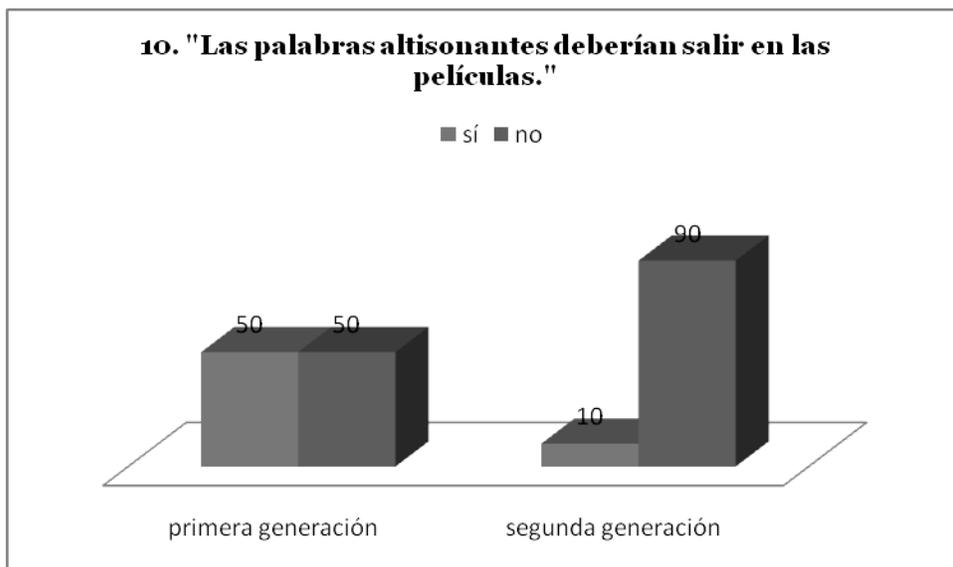
Estos resultados no hacen más que confirmar el cambio evolutivo que ha sufrido la palabra *güey* en las últimas décadas. Antes reservado para la gente considerada "naca", el uso de *güey* se ha difundido en la sociedad mexicana y su valor sintomático ha cambiado significativamente. Por esta razón, la misma palabra llega a suscitar reacciones tan distintas en cada generación. Así mismo, si para la generación adulta la palabra no tiene una función

práctica, como la de entrar en confianza con la gente, no es el caso en absoluto para la generación más joven, que ve en ésta cierta utilidad.

### 5.3. Pregunta abierta

A la pregunta abierta (*¿Cree usted que este tipo de lenguaje debería utilizarse en las películas y los medios de comunicación mexicanos?, ¿Por qué?*), el 65% de la totalidad de los informantes está en contra y el 35% está a favor. En cuanto a la comparación entre hombres y mujeres, no hay ninguna diferencia; es igual en los dos grupos, e igual que todos los informantes juntos: el 65% contestó que no, contra el 35% que sí. Sin embargo, al comparar las generaciones, se nota un contraste considerable: la primera generación está totalmente dividida (50% a favor, 50% en contra), mientras que en la segunda, casi la totalidad está en contra (90%) contra sólo el 10% que está a favor.

## GRÁFICO 12



Estos resultados traducen dos puntos de vista: el de quienes quieren que la diversidad de la lengua real se manifieste tal cual, sea en espacios públicos o privados y la de quienes quieren que se haga una “purificación”, distinguiendo espacios públicos y privados. En regla general, los que están de acuerdo con el uso del *slang* en las películas y televisión mexicana justifican su opinión afirmando que estas palabras son comunes y normales ya en la vida cotidiana y por todos lados; que existen, aunque quisiéramos ocultarlas: “Es normal, es de uso común”, “En todas partes se usa, en la casa, la calle, la escuela”, “no sirve esconderlas, las groserías existen”, “Lo escuchamos en la calle, ¿por qué no en la tele?”

Los informantes que están en contra del uso de las groserías en las películas suelen mencionar la mala influencia que aquello tiene sobre los niños y las próximas generaciones: “Es un mal ejemplo para los niños, no es una buena educación para ellos”, “Los niños imitan y entonces van a utilizar estas palabras”. Muchos consideran que “está mal”, simplemente: “No es una manera correcta de expresarse”, “Se oye mal”, “Se ve mal, no es bien visto”, “es inadecuado”, “no es necesario”. Existe también una especie de sentido del deber así como una preocupación generalizada para la educación, la moral y los valores: “Debemos tener mejor moral y educación”, “Se pierde la educación, se pierden los valores”, “Fomenta la vulgaridad y la falta de educación”, “Nos “naquesen”<sup>37</sup> más [las groserías]”, “es de mala educación”. Se considera que el uso de este tipo de palabras deteriora de alguna manera la educación de los mexicanos. Se cree también que además de tener un impacto negativo en la gente, el uso del *slang* tiene un efecto nocivo sobre la lengua en sí: “Empobrece la lengua”.

Estas percepciones negativas que los mexicanos tienen acerca del *slang* se podrían explicar por el hecho que éste se opone a la autoridad establecida, aspecto del *slang* que predomina en las definiciones de Eble (1996), Roth-

---

<sup>37</sup> Del adjetivo *naco*.

Gordon (2001), Andersson y Trudgill (1990) y Sornig (1981). Como ya lo hemos visto, en la definición de Roth-Gordon (2001) el *slang* se asocia con hablantes marginalizados o que se encuentran en una relación de inferioridad en cuanto a las relaciones de poder establecidas en la sociedad y recordemos que, según la teoría del valor impuesto de Giles y al. (1979), una variedad lingüística es evaluada según el grupo social con el cual se asocia. También, la definición propuesta por Roth-Gordon incluye el aspecto de la innovación lingüística percibida como no legítima, ya que las convenciones lingüísticas y sociales se ven perturbadas por hablantes que no deberían tener el derecho de cambiar la lengua a su gusto y de desafiar así el orden establecido. En lugar de someterse a las reglas de la corrección y del “buen hablar”, el hablante del *slang* comete transgresiones lingüísticas aunque no haya sido dotado de tal derecho por la sociedad dominante.

## CONCLUSIÓN

Este proyecto sobre las actitudes lingüísticas dirigidas hacia el *slang* mexicano nos ha permitido profundizar en las cuestiones teóricas de las actitudes y del *slang* así como hacer algunas constataciones sobre la situación de las actitudes lingüísticas en la ciudad de México. En un primer tiempo, hemos podido observar que, así como suele ocurrir con las lenguas minoritarias o marginalizadas, el *slang* de la ciudad de México, variedad no estándar del español mexicano, suscita reacciones negativas en cuanto a la dimensión de prestigio mientras que evoca mejores reacciones en la dimensión de la solidaridad. Al tomar en consideración la totalidad de los informantes, sin aislar ninguna otra variable, hemos observado que las puntuaciones medianas dadas en las escalas de diferencial semántico representativas de las dimensiones de prestigio y de solidaridad eran de -1.50 y de 0.24 respectivamente (siendo el - 3 el valor más negativo y el 3 el más positivo), lo cual concuerda con una variedad de estudios actitudinales (Lambert, 1967; Ryan & Giles, 1985; Wölck, 1973), que han confirmado que las variedades lingüísticas asociadas con las clases bajas así como las variedades minoritarias suelen evocar reacciones desfavorables en los sujetos evaluadores en lo que atañe al estatus y prestigio de los hablantes juzgados, mientras que suscitan actitudes más positivas en cuanto a la integridad personal y atractivo social de éstos.

En un segundo tiempo, al tomar en consideración las variables de edad y sexo, hemos constatado que éstas tenían un impacto en las actitudes lingüísticas hacia el *slang*. En el caso de la diferencia entre sexos, hemos advertido que existe una diferencia significativa en su manera de evaluar el

prestigio, mostrándose las mujeres más severas que los hombres, y nos hemos basado en la teoría del prestigio encubierto para explicar dicho fenómeno. En lo que atañe a la cuestión generacional, también, la diferencia entre la primera y segunda generación resultó muy significativa: la generación mayor juzga más negativamente a los hablantes del *slang* en ambas dimensiones, sobre todo la del prestigio.

Las mismas tendencias se han manifestado asimismo en la sección dedicada a evaluar el nivel de conformidad de los informantes con las afirmaciones sobre el *slang* y la palabra *güey*, pero en un menor grado en el caso de las diferencias entre géneros. La única afirmación en la cual se ha notado una diferencia significativa entre la opinión masculina y femenina es la que trata sobre si la palabra *güey* forma parte de la cultura mexicana: la opinión de los hombres converge mucho más con la afirmación que la de las mujeres. Al comparar luego las dos generaciones de mujeres, hemos podido observar un cambio tremendo en su percepción de la pertenencia de la palabra *güey* a la cultura mexicana, lo cual traduce el cambio evolutivo que la palabra ha tenido en el mundo femenino. Al comparar ambos sexos de la generación más joven, hemos observado que seguía existiendo una diferencia considerable entre las opiniones de los hombres y las mujeres sobre el lugar de *güey* en la cultura mexicana.

Aunque el análisis de los resultados obtenidos en las demás afirmaciones no haya demostrado significancia estadísticamente satisfactoria en la comparación de los sexos, hemos notado que la palabra *güey* no parece tener el mismo valor para ambos sexos y, por lo tanto, suscita actitudes diferentes. En general, los hombres parecen tener opiniones más positivas que las mujeres sobre la palabra *güey*. Encuentran en ésta un valor práctico y parece haber algo “chido” en su uso. Concordando otra vez con la teoría del prestigio encubierto, los resultados nos han llevado a concluir que, para la cultura masculina, la palabra *güey* llega a simbolizar masculinidad y se vincula con un sentimiento de solidaridad y de pertenencia a un grupo. Para las mujeres,

que, en regla general, buscan otro tipo de prestigio, asociado más bien a la lengua estándar, la palabra *güey* no provoca reacciones tan positivas, sino que más bien ocurre lo contrario.

Al comparar las generaciones, hemos llegado a niveles de significancia muy reveladores en casi la totalidad de las afirmaciones, sobre todo en la que sostiene que las mujeres no deberían usar groserías. Hemos concluido que, aunque seguía existiendo en la generación de los jóvenes la tendencia a creer que las mujeres deben hablar “correctamente”, ésta revela ser mucho más manifiesta en la generación de los más adultos. Pareciera que la desigualdad entre lo que se espera lingüísticamente de cada género se hace cada vez menor con el avance del tiempo. Aquello podría formar parte de un fenómeno social más generalizado, que tiende hacia la “igualdad” de los sexos, o más bien hacia la eliminación de los estereotipos muy nítidamente delimitados de lo que se espera del hombre y de la mujer.

La creencia muy difundida de que la palabra *güey* así como las groserías en general empobrecen la lengua también parece modificarse con el paso del tiempo, mostrándose la generación de los jóvenes mucho menos proclive hacia ésta que los mayores. Como se ha de esperar, también existe una gran diferencia entre las opiniones de ambas generaciones sobre si la palabra *güey* forma parte o no de la cultura mexicana, estando los mayores mucho más en contra de esta afirmación que los más jóvenes. Los resultados nos han permitido confirmar que, por una parte, la palabra *güey* no tiene la misma importancia en absoluto para ambas generaciones y, por otra, que ésta – o por lo menos el juicio hacia ésta – ha sufrido un cambio evolutivo en las últimas décadas.

Hemos expuesto algunas grandes líneas de la teoría sobre el *slang* para intentar proponer una explicación de por qué el *slang* suscita, entre otras, reacciones negativas de parte de los sujetos evaluadores. Hemos considerado

el hecho de verse el *slang* como una manifestación de rebeldía hacia el orden establecido por parte de individuos que no tienen una posición muy alta en la jerarquía social como una posible explicación. Dicho esto, el hecho de que la generación más joven haya manifestado actitudes más positivas hacia el *slang* en general así como hacia sus usuarios puede dejar suponer un cambio en el uso del *slang*, así como en las actitudes hacia éste.

En este sentido, si se persigue la tendencia evolutiva en esta misma dirección, nada nos impide suponer que el estatus de la palabra *güey* sufra un cambio y que entre eventualmente en la variedad estándar. Sin embargo, también podría ocurrir el fenómeno totalmente opuesto. Por el hecho de volverse cada vez más “normal” y ya no crear el mismo efecto, la palabra podría ser abandonada por completo y reemplazada por otra. De hecho, sería interesante llevar a cabo este mismo proyecto en 40 años para constatar dicha evolución.

## Descripción de uso de las palabras<sup>38</sup>

**Esta sección contiene las descripciones de uso de las formas del *slang* mexicano *güey*, *no mames*, *madre* y *verga* así como todas las palabras derivadas de éstas que forman parte de los fragmentos utilizados en el estudio.**

### 1. *Güey*

La mayoría de las fuentes concuerdan en que la palabra *güey* proviene originalmente de *buey* y se usaba de forma despectiva para insultar a una persona, comparándola con el animal. En este contexto, *güey* significa persona tonta o estúpida. Hoy en día, además de seguir usándose de esta forma, la palabra *güey* ha expandido sus dimensiones, tanto en el nivel lingüístico (su significado) como en el sociológico (sus usuarios). En cuanto a su significado, mucho depende del contexto y sus varios sentidos no son necesariamente despectivos:

1. Puede referirse a un amigo o compañero en un contexto amistoso, como en la frase *¿Qué onda, güey, cómo estás?* Según el *Diccionario del español usual de México* (2002), la palabra *güey* es, entre los jóvenes, una manera de conservar la atención de su interlocutor y de asegurar su solidaridad: “¡No, güey, te aseguro que no lo supe!”
2. Puede utilizarse como interjección para abrir el canal de conversación *¡Güey! Dime la verdad.*
3. Puede significar “tonto” o “estúpido”, como en las frases *Qué güey soy, se me olvidó mandar la carta; ¡No te hagas güey!; No se da cuenta de nada, está re-güey.*

---

<sup>38</sup> Según la observación de la investigadora y las opiniones de otros autores.

4. Puede significar también “novio”: *¿Puedo invitar a mi güey a la fiesta?*
5. Puede utilizarse simplemente para referirse a una persona (de sexo masculino): *Había un güey parado allí en la puerta de entrada.*
6. Se utiliza mucho entre los jóvenes como marcador discursivo, al final de producciones exclamativas: *¡Oye, cuidado, güey!*
7. Existe también la expresión *¡álzalas, güey!* para dirigirse a una persona que ha tropezado e incitarla a tener más precaución. El enclítico *–las* de *álzalas* hace referencia a *las patas* ‘los pies’.

En lo que atañe al uso de la palabra *güey*, se ha extendido mucho en las últimas décadas. Antes, el uso de *güey* se consideraba como masculino y populachero, siendo una palabra que solía emplearse por hombres de las clases más bajas. Hoy en día, aunque siga siendo reservada para los contextos más informales, la palabra es utilizada dentro de cualquier clase social y por ambos géneros. El estatus de la palabra *güey*, que antes se asociaba sistemáticamente con gente “vulgar” o “maleducada”, empezó a cambiar cuando ésta fue siendo apropiada por las clases más altas. Seguramente con el afán de sentirse “rebeldes”, los jóvenes de las clases más ricas (conocidos como los *fresas*) empezaron a utilizar la estigmatizada palabra *güey*, pero con una pronunciación algo distintiva (acercándose más a [‘we]) que al firme [‘gwei] o [‘wei])<sup>39</sup> y, con la popularidad de *reality-shows* como *Big Brother* en los cuales salían justamente individuos de estas clases que utilizaban *güey*, se hizo de moda la palabra y se difundió en todos los estratos de la sociedad mexicana. En fin, la apropiación de la palabra *güey*, originalmente considerada vulgar, por una clase más prestigiosa de la sociedad transformó

---

<sup>39</sup> En *Moralla del caló mexicano*, Jesús Flores y Escalante explica que *güe*’ es la voz derivada de *güey*, que, en forma de apócope, es parte fundamental del lenguaje de cierto estrato de jóvenes que se sienten “nais” (de *nice*, en inglés). “Nais” se usa entre estos mismos jóvenes de las clases ricas para referirse a lo que es de buen gusto.

el estatus de la palabra hasta llevar su uso a considerarse *chido*.<sup>40</sup> Así, se utilizó cada vez más y muchos la consideran hoy en día como una palabra normal y común, siempre y cuando, por supuesto, sea utilizada en contextos informales. En nuestras grabaciones, *güey* es la palabra del *slang* que salió con más frecuencia: 216 en un fragmento de 20 minutos de conversación entre tres amigos.

En este intercambio hipotético entre dos amigos, veamos cómo se utiliza la palabra *güey*:

- ¿Qué onda *güey*? Hace un chingo que no te veo.
- Sí *güey*, la neta, hace como medio año, ¿no, *güey*?
- Sí, no mames ¿Y cómo te ha ido, *güey*?
- Chido *güey*, ¿y a ti?
- Bien *güey*, ya voy a entrar en Filos en la UNAM, ¿cómo ves, *güey*?
- Pues chido, *güey*, échale muchas ganas, oye *güey*, ¿y ya supiste lo de Jorge?
- No, *güey*, ¿qué le pasó?
- Güey*, no mames, ya no anda con la Sesi, *güey*, lo mandó a la verga, *güey*.
- No mames, *güey*, ¿neta?
- Sí, *güey*, está cabrón, anda bien triste el *güey*.
- (Mirando su reloj)-Pues, sí, me imagino...
- ¡Ay *güey*!, ya me tengo que ir, tengo clase, *güey*.
- Cámara, *güey*, te cuidas, nos vemos después.
- Chido, *güey*.

La palabra *güey* es, sin lugar a dudas, recurrente en la conversación. Ésta puede parecer inútil; sin embargo, cumple varias funciones discursivas. Por ejemplo, la palabra *güey* en el sexto enunciado, o más bien el conjunto de oye *güey*, cumple una función textual: introduce un nuevo tema de conversación. Sin estos elementos como marcadores de discurso, el enunciado *-Pues chido*,

---

<sup>40</sup> La palabra *chido*, que equivale al famoso *cool* del inglés, es también una palabra cuyo estatus se transformó en las últimas décadas: “pues hace cuarenta años, si alguien decía “chido” en público, todos lo miraban despectivamente, se le tachaba de vago, maleducado o, en el mejor de los casos, ignorante; las malas palabras servían para delimitar diferencias sociales. Hoy en día prácticamente todos los jóvenes, incluso los *snobs*, utilizan este vocablo, siempre en un contexto coloquial pero sin las implicaciones clasistas que antes tenía.”(Aurelio Meza)  
[http://74.125.95.132/search?q=cache:BA9EH3j7WVIJ:www.puntoenlinea.unam.mx/index.php%3Fopcion%3Dcom\\_content%26task%3Dview%26id%3D220%26Itemid%3D1+origenes+palabra+güey+clase+popular&cd=6&hl=en&ct=clnk](http://74.125.95.132/search?q=cache:BA9EH3j7WVIJ:www.puntoenlinea.unam.mx/index.php%3Fopcion%3Dcom_content%26task%3Dview%26id%3D220%26Itemid%3D1+origenes+palabra+güey+clase+popular&cd=6&hl=en&ct=clnk) (Aurelio

*güey, échale muchas ganas, ¿ya supiste lo de Jorge?* no suena natural y parece que el locutor salta de un tema al otro. En el siguiente ejemplo:

*-Pues, sí, me imagino...*

*-¡Ay güey!, ya me tengo que ir, tengo clase, güey.*

Las palabras *ay güey* sirven para acabar con la conversación anterior e introducir la despedida. Sin éstas, el oyente podría sentirse ofendido de que su interlocutor se despidiera así tan expeditivamente, sin preaviso alguno.

Es verdad que, por regla general, estas palabras no llevan una función simbólica, es decir que no llevan contenido informativo directo, pero la lengua no sólo tiene una función referencial: también cumple con una función sintomática. Además, Andersson y Trudgill (1990) hablan del *signal function* de la lengua. Esta función consiste en el propósito que va detrás de cada enunciación: cuando uno habla, siempre tiene un propósito y se espera una reacción por parte de sus oyentes. También, las palabras pueden servir como marcadores conversacionales de control de contacto, es decir que su función principal es llamar la atención del interlocutor y mantener o comprobar el contacto. Por ejemplo, veamos las primeras interacciones de la conversación entre los dos jóvenes:

*-¿Qué onda güey? Hace un chingo que no te veo.*

*-Sí güey, la neta, hace como medio año, ¿no, güey?*

*-Sí, no mames ¿y cómo te ha ido, güey?*

*-Chido güey, ¿y a ti?*

*-Bien güey, ya voy a entrar en Filos en la UNAM, ¿cómo ves, güey?*

En estas interacciones, la palabra *güey* cumple dos funciones. Por una parte, funciona como fórmula apelativa y mantiene viva la atención de ambos interlocutores. Por otra, como lo podemos notar, la palabra aparece mucho en el inicio y al final de los enunciados, como para marcar las unidades e indicar al otro que a él le toca hablar. También, se podría añadir un aspecto importante en cuanto a su función expresiva: el hecho de hablarse de *güey* puede servir también como una confirmación, una reafirmación, de la relación de amistad que une a los dos individuos. La palabra *güey* no se usa con cualquiera: uno jamás lo usaría con su jefe (al menos que tenga una

relación especialmente “relajada” con éste) o con sus padres, y menos con sus abuelos. La palabra *güey* está reservada para los ámbitos más personales, como los amigos y la gente de confianza. En los enunciados siguientes, por ejemplo,

-¿Qué onda *güey*? Hace un chingo que no te veo.

-Sí *güey*, la neta, hace como medio año, ¿no, *güey*?

los interlocutores, además de compartir informaciones referenciales (“hace un chingo que no te veo”, “hace como medio año”) que nos indican que llevan mucho tiempo sin verse, están también transmitiendo información sintomática, por el hecho de hablarse de *güey*, diciendo que son amigos. La lengua tiene una clara función expresiva, por medio de la cual los hablantes llegan a decir mucho más de lo que comunica su mensaje estrictamente referencial. La palabra *güey* aquí cumple esta función al expresar la relación de confianza que une a los amigos.

## 2. ¡No mames!

“Esta es una de las frases más usuales del mexicano” (Flores y Escalante, 2004: 159). De hecho, como ya se ha mencionado en el tercer capítulo, dedicado a la metodología, la expresión *no mames* es la que salió con más frecuencia en las grabaciones después de *güey*. Sale 88 veces en un fragmento de conversación de 20 minutos entre 3 hablantes. Generalmente, se usa para expresar que una persona está exagerando, o bien en sus actos o en lo que está diciendo (*op cit.*). Por ejemplo, “¡No mames, eso no te lo creo, pinche mentiroso!” Asimismo, se utiliza *ino mames!* para expresar asombro. “¡No mames! ¿Eso te dijo?” La expresión *no mames* está reservada para los ámbitos más informales y no es utilizada en presencia de personas “más delicadas”. En *Morralla del Caló Mexicano*, se introduce la definición de la expresión *no mames* con la reseña *fr. pop. y caló.*, lo cual confirma su pertenencia al caló mexicano o al lenguaje popular. La expresión tiene una

variante eufemística *no manches*, que permite una mayor utilización, ya que su uso no se restringe a los ámbitos informales.

Las palabras *mamón* y *mamada*, igualmente derivadas del verbo *mamar*, también forman parte de nuestras grabaciones. La palabra *mamón* se usa para referirse a una persona que se cree superior, que es soberbia, como en el fragmento de las grabaciones donde uno de los dos jugadores de backgammon le dice al otro “No seas *mamón*, güey”, cuando éste se cree muy bueno, convencido de que va a ganar la partida. La palabra *mamón* se puede usar tanto para referirse a un hombre como a una mujer: “Esta vieja<sup>41</sup> jamás te va a hacer caso, güey, es muy *mamona*” puede utilizarse también para referirse a una persona difícil, a quien no le gusta nada, que es difícil de complacer.

Una *mamada* es “un acto sin ética”, según la definición de la *Morralla del caló mexicano* (2004). En este sentido, una *mamada* es algo “mala onda” que alguien le hace o le dice a otro: “No puedo creer que te hizo esa *mamada*.” Según la definición del *Diccionario del español usual en México* (2002), es una grosería que significa “tontería que alguien dice o hecho absurdo que realiza”. En el fragmento “¿cómo crees güey que te va a salir un pinche doble de seis?, ¿esa *mamada*, qué güey?” de las grabaciones, uno de los jugadores le comunica al otro lo absurdo que es pensar que le va a salir un tiro tan bueno. “No te la mames, jamás te va a salir un doble de seis” sería otra manera (también con el verbo *mamar*) de comunicar la misma idea. En otros casos, una *mamada* puede significar algo parecido al adjetivo *malo*. En una conversación sobre fútbol de las grabaciones, el fragmento “Es que antes estos pinches equipos eran una *mamada*, güey”, expresa simplemente que antes los equipos eran malísimos.

---

<sup>41</sup> Vieja significa “muchacha” en el caló mexicano. Utilizado con un adjetivo posesivo (“te presento a **mi** vieja”), significa “novia”.

### 3. *Madre*

La palabra *madre* en el *slang* mexicano es muy recurrente y se emplea en una infinidad de expresiones. Asimismo, se ha derivado de ésta una variedad de palabras, como *madrear*, *madrazo*, *desmadre*, *desmadrar*, etc.

Para el mexicano, la madre es la figura fundamental en todos los aspectos, lo que configura cierta actitud matriarcal. Esta concepción viene desde los tiempos prehispánicos con la presencia de Tonantzin (la Madrecita de los Cielos), que se adoraba en el Cerro del Tepeyac y que luego en forma de sincretismo ocupó la Virgen de Guadalupe (Flores y Escalante, 2004: 135)

Por esta razón, en la cultura mexicana, el insulto a la madre constituye la máxima ofensa. De hecho, no hay insulto más fuerte en México que el famoso “¡chinga a tu madre!”.

En nuestras grabaciones, salen varios usos de *madre* y de expresiones derivadas. En el fragmento “Esta *madre*, la he jugado en Internet desde hace un chingo<sup>42</sup>, güey”, la palabra *madre* significa simplemente *cosa*, en este caso se refiere al juego de backgammon. Se puede utilizar la palabra *madre* para reemplazar cualquier palabra finalmente. En el contexto de dos amigos que ven la televisión, “pásame esta *madre*, porfa” podría significar el control remoto, por ejemplo.

Al empezar el partido, uno de los jugadores le dice a su adversario “Me gusta, me gusta empezar así, *desmadrándote*.” El verbo *desmadrar* significa descomponer, destruir, deshacer. El *Diccionario breve de mexicanismos* (2004), al igual que todas las demás expresiones del *slang* con la palabra *madre*, lo considera como una *voz malsonante* mientras *La Morralla* y el *Diccionario de uso del español de América y España* (2002) sólo le atribuyen las reseñas *pop.* y *coloquial*, respectivamente. Derivados de *desmadrar*, se han creado *desmadre* y *desmadroso*. El *desmadre* se refiere a

---

<sup>42</sup> *Un chingo* significa *mucho*. En este contexto, significa *desde hace mucho tiempo*.

lo desorganizado, a lo desenfrenado. En México, *irse de desmadre* significa irse de fiesta, salir y pasar una noche en los excesos y la indolencia. *Desmadroso* es el adjetivo para referirse a la persona a quien le gusta irse de desmadre. Normalmente, se insinúa que esta persona consume alcohol o drogas y cae en los excesos en general. Se han formado también con la palabra *madre*, el verbo *madrear*, que significa hacerle daño a alguien (al igual que las expresiones *romperle la madre*, *partirle la madre* o *darle a alguien en la madre*) y *madrazo*, que significa un gran golpe: “Ha recibido un *madrazo* en la cabeza” También, existe *madriza*, que es sinónimo.

Más adelante en el partido, cuando le sale un mal tiro a su adversario, el jugador le dice “Qué *poca madre* ¿no crees?”, lo cual significa qué mala onda, qué malo. Ahora, esta misma expresión con la preposición *de* toma todo otro significado. “¡Está *de poca madre!*” es muy positivo. Si se dice de una película que *está de poca madre*, por ejemplo, significa que es muy buena. *A toda madre* también sirve para expresar de lo mejor: “Se compró una moto *a toda madre*.”

Luego, cuando el hablante da su opinión sobre si el jugador se va a hacer echar del equipo o no, dice: “Sí, lo van a mandar a *chingar a toda su madre*, vas a ver”, lo cual comunica mucha convicción sobre el hecho de que van a echar al jugador en cuestión. En las grabaciones, sale también esta exclamación: “Cámara<sup>43</sup>, vámonos, güey, *ichingue su madre!*” Aquí, *chingue su madre* no se utiliza como una ofensa dirigida a alguien en particular, es simplemente una expresión que revela mucha emoción y también una especie de sentimiento de *da igual*, de *pase lo que pase*. También, sirve como para motivar a los interlocutores a hacer la acción sugerida, es decir irse en este caso.

---

<sup>43</sup> *Cámara* equivale más o menos a decir *está bien* o *bueno*.

Otra expresión muy común en México es *no tener madre*, lo cual significa no tener vergüenza: “¡Este güey *no tiene madre!*” En una de las conversaciones sobre fútbol de las grabaciones, tema que suele suscitar expresiones del *slang*, un hablante explica cómo uno de los jugadores puso gol: “pero así, güey, *valiéndole madres*, güey”. *Valer madres* significa no importar.

Una misma expresión con *madre* puede expresar ideas contrarias, lo cual ocurre también con otras expresiones del *slang*, como lo veremos con la palabra *verga*. Por ejemplo, cuando le sale un mal tiro al jugador de backgammon, se exclama: “¡Hijo de su puta *madre!*”, y, al igual, cuando le sale un buen tiro, grita: “¡Hijos de su puta *madre!*” La expresión puede también referirse a personas en sí, como en esta expresión de “Pinches atacantes, ya no había ningún defensa en el área, nada, nada, nada, güey, *¡hijos de su puta madre!*” Esta expresión revela enojo hacia los jugadores.

*Mentarle la madre a alguien*, que literalmente significa mencionarle su madre, nombrarla, significa insultar a alguien mencionando a su madre, como en la expresión “chinga tu madre”: “Le voy a mentar su madre si no deja de chingarme<sup>44</sup>” Mentarle la madre a alguien es muy fuerte, es lo peor que se puede hacer. *Ser una mentada de madre* es ser insultante.

Existe también la expresión *¡ni madres!*, que significa no en absoluto, de ninguna manera: “¿Pedirle perdón? *¡Ni madres!*”, y la expresión *estar hasta la madre* significa estar muy harto de algo: “¡Estoy *hasta la madre* de tus mamadas!”.

#### 4. *Verga*

La palabra *verga* es la cuarta palabra más recurrente en nuestras grabaciones. La palabra significa *pene*, pero se utiliza en una variedad de expresiones que nada tienen que ver con penes. Para expresar su

---

<sup>44</sup> *Si no deja de molestarme.*

superioridad, uno de los jugadores de backgammon le dice a su adversario “Soy más *verga* que tú”, que simplemente significa que es mejor que su compañero – o que así lo cree. *Ser verga* es ser bueno, simplemente. Aquí viene otro fragmento con esta aceptación de *verga*: “Está bien *verga* tu tiro, mano<sup>45</sup>, en buen pedo<sup>46</sup>, digo.” Luego en la conversación, el jugador dice: “¡A la *verga* de aquí!...Vale *verga*, mano.” En la primera parte del fragmento, *a la verga*, se refiere al lugar a donde se va, se entiende que la frase completa sería vámonos *a la verga de aquí*, es decir, vámonos de aquí finalmente. La segunda parte del fragmento, *vale verga*, significa que está mal. Se puede utilizar como interjección para expresar decepción o enojo: “¡Vale verga!” En esta frase: “Ya valió verga, ivalió verga!” el jugador se da cuenta de que se está acabando la partida y que está perdiendo, ya no se puede hacer nada, *ya valió verga*. En este otro fragmento “Vio el reloj, movió la cabeza, y dije chingue su madre, *ya valió verga*”, en el cual el hablante relata la historia de cuando llegó tarde a casa y que se enojó su esposa, *ya valió verga* expresa la fatalidad del momento, el hecho de que no hay vuelta atrás.

La expresión *pasarse de verga* es muy común en México. En el fragmento siguiente, “El Landín güey, también no mames, *se pasó de verga*”, el locutor le dice a su interlocutor que el Landín exageró, que *se la mamó* (ver arriba en la descripción de *mamar*). Derivado de *pasarse de verga*, existe el adjetivo o sustantivo *pasado de verga*, como en el fragmento siguiente: “Ps sí, yo digo que sí, los *pasados de verga* fueron estos pinches jugadores”

Algo que *está de la verga* es algo feo o malo. Por ejemplo, en este fragmento “*está de la verga* que te digan, güey, que tu vieja, güey, *está de la verga*” El hablante hace un doble uso de la expresión para decirle a su amigo que está mal, que se siente feo, que alguien te diga que tu novia es fea. También, existe un insulto muy común en México con la palabra verga: *¡Vete a la verga!*, lo cual equivale a *vete al diablo* o *vete a la chingada*.

<sup>45</sup> *Mano* viene de hermano, significa *amigo*.

<sup>46</sup> *En buen pedo* significa *de verdad, en buena onda*.

## BIBLIOGRAFÍA

AGHEYISI, R. y J. FISHMAN. "Language attitudes studies: A brief survey of methodological approaches", en *Antropological Linguistics*, 137-157, 1970.

AL-HINDAWE, Considerations when constructing a semantic differential scale [en línea]

<http://www.latrobe.edu.au/linguistics/LaTrobePapersinLinguistics/Vol%2009/03AlHindawe.pdf>

Consultado entre 01/2009 y 03/2009.

ANDERSSON L. y P. Trudgill. *Bad Language*, Oxford: Basil Blackwell, 1990.

ALLPORT, G. W. "Attitudes" en C. Murchison, (ed.) *Handbook of social psychology*. New York: Russell and Russell, 798-844, 1935.

ÁLVAR, M. "Español de Santo Domingo y español de España. Análisis de algunas actitudes lingüísticas", en *Lingüística española actual*, vol. 2, p.225-239, 1983.

\_\_\_\_\_ "Bilingüismo e integración en Hispanoamérica", en *Hombre, etnia, estado: actitudes lingüísticas en América Latina*. Madrid: Gredos, 1986.

\_\_\_\_\_ *Sociolingüística del español: desarrollo y perspectivas en el estudio de la lengua española en contexto social*. Madrid: Ediciones Cátedra, 2005.

ÁVILA, R. "La lengua española y su enseñanza: opresores y oprimidos", en *Lengua y cultura*. México: Editorial Trillas, 1993.

BLAS ARROYO, J. L. "Valenciano y castellano. Actitudes lingüísticas en la sociedad valenciana", en *Hispania*, vol. 77, num. 1, p. 143-157, 1994.

BOUGAÏEFF, A. Un trait du français populaire et familier au Québec : le système des « sacres », en *The French Review*, vol. LIII, no. 6, 839-847, 1980.

BOURDIEU, P. *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard, 1982.

\_\_\_\_\_ *Language and Symbolic Power*, Massachusetts: Harvard University Press, 1991.

\_\_\_\_\_ "The Forms of Capital" en Mark S. Granovetter, Richard Swedberg

(eds.) *The Sociology of Economic Life*, (segunda edición), p.96-111 Boulder, CO: Westview Press, 2001.

BOURHIS, R. Y. "Language policies and language attitudes: le monde de la francophonie", en E. B. Ryan y H. Giles (eds.) *Attitudes towards linguistic variation*, London: Edward Arnold (publishers), 1982.

CALVET, L-J. *Linguistique et colonialisme*. Paris: Payot, 2002.

CARRANZA M. A., "Attitudinal research on Hispanic language varieties", en E. B. Ryan y H. Giles (eds.) *Attitudes towards linguistic variation*, London: Edward Arnold (publishers), 1982.

DRAKE, G. F. "The Social Role of Slang", en *Language: Social Psychological perspectives*. Ed. Howard Giles, W. Peter Robinson, and Philip M. Smith, 63-70, 1980.

DUMAS, B. y J. LIGHTER, "Is Slang a Word for linguistics", en *America Speech*, 53, 1: 5-17, 1978.

EBLE, C. *Slang and Sociability: In-Group Language among College Students*. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press, 1996.

FASOLD, R. *The Sociolinguistics of Society*. Oxford: Basil Blackwell, 1984.

FISHBEIN, M. *Readings in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley, 1967.

FONTANELLA DE WEINBERG, M. B. "Comportamiento ante -s de hablantes femeninos y masculinos del español bonaerense", en *Romance Philology*, 27: 50-58, 1973.

FLORES J. y ESCALANTE. *Morralla del caló mexicano*. México: Asociación mexicana de estudios fonográficos, A.C., 2004.

GILES, H. y Powesland, P. F. "Speech Style and Attitudes", en *Speech Style and Social Evaluation*. London: Academic Press, 1975.

GILES, H. y R. St. Clair, (eds) *Language and Social Psychology*. Oxford: Blackwell, 1979.

GODENZZI, J. C. "El recurso lingüístico del poder: coartadas ideológicas del castellano y el quechua", en *En las redes del lenguaje*. Lima: Universidad del Pacífico, 2005.

GÓMEZ DE SILVA, Guido. *Diccionario breve de mexicanismos*. México:

Fondo de cultura económica, 2004.

GÓMEZ MOLINA, J. R. *Actitudes lingüísticas en una comunidad bilingüe y multilectal*. València: Facultat de Filologia, Universitat de València, 1998.

HALLIDAY, M. A. K., “El lenguaje en la sociedad urbana”, en *El lenguaje como semiótica social: la interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura económica, 1978.

IRVINE, J. T. “*Style as Distinctiveness: the Culture and Ideology of Linguistic Differentiation*”, en *Style and Sociolinguistic Variation*, ed. By Penelope Eckert y John R. Rickford. Cambridge: Cambridge University Press, 21-43, 2001.

OSGOOD, C.E, Suci, G.J. y Tannenbaum, P.H. *The measurement of Meaning*. University of Illinois: Urbana, 1957.

LABOV, W. *The Social Stratification of English in New York*. New York: Cambridge University Press, 2006.

\_\_\_\_\_ *Sociolinguistic patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972a.

\_\_\_\_\_ *Language in the inner city*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972b.

LAMBERT, W. “A social psychology of bilingualism”, en *Journal of Social Issues*, 23(2):91-109, 1967.

LAMBERT, W.E., R. C. Hodgson, R. C. Gardner y S. Fillenbaum. “Evaluational reactions to spoken languages”, en LAMBERT, W. E. *Language, Psychology, and Culture: Essays*, 80-96. California: Stanford University, 1972.

LAMBERT, W.E. y W. Lambert. *Social Psychology* (2nd ed.). New Jersey: Englewood Cliffs: 1973.

LARA, Luis Fernando. *El concepto de norma en lingüística*. México: El Colegio de México, 1976.

\_\_\_\_\_ “La descripción del vocabulario no-estándar”, en: Noll, Volker; Zimmermann, Klaus; Neumann-Holzschuh, Ingrid (eds.). *El español en América. Aspectos teóricos, particularidades, contactos*. Madrid/ Frankfurt: Iberoamericana/ Vervuert, 2005.

LÓPEZ MORALES, H. *Dialectología y sociolingüística*. Temas

puertorriqueños. Madrid: Hispanova de Ediciones, 1979.

\_\_\_\_\_ *Sociolingüística*. Madrid: Gredos, 1989.

LUCENA CAYUELA, N. *Diccionario de uso del español de América y de España*. VOX. Barcelona: SPES EDITORIAL, S.L., 2002.

MATTIELLO, E. *An Introduction to English Slang: A Description of its Morphology, Semantics and Sociology*. Monza: Polimetrica Publisher, 2008.

\_\_\_\_\_ “The pervasiveness of slang in standard and non-standard English” en E. Lonati (ed.) *Mots palabras words: Studi linguistici*, 7-41, 2005 [en línea] <http://www.ledonline.it/mpw/allegati/mpwo506mattiello.pdf>

MENDIETA, E. “Reacciones hacia diferentes variedades del español: El caso de Indiana, EEUU”, en *Hispanic Journal*, 19, 1, 75-89, 1998.

MILROY, L. *Language and Social Networks. A Critical Account of Sociolinguistics Method* (second edition). Oxford: Blackwell, 1987a.

\_\_\_\_\_ *Observing and Analysing Natural Language: A Critical Account of Sociolinguistic Method*. Oxford: Blackwell, 1987b.

MONSIVAIS, C. “Léperos y Catrines, nacos y yupis”, *Mitos mexicanos*, Florescano Enrique (Ed.), México: Aguilar, 1995.

MORENO FERNÁNDEZ, F. *Metodología sociolingüística*. Madrid: Editorial Gredos, 1990.

NIETO, S. *Language, Culture, and Teaching: Critical Perspectives for a New Century*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002.

PAUL, H. *Prinzipien der Sprachgeschichte*. 6ª. Ed., M. Niemeyer, Tübingen, 1960 [2a. ed. Alemana, Freiburg i. Br., 1886].

PRIETO J. M. *Albures y refranes de México*. México: Panorama, 1986.

RONA, J. P. “La concepción estructural de la sociolingüística”, en Paul L. Garvin y Yolanda Lastra de Suárez (eds.). *Antología de estudios de etnolingüística y sociolingüística*. México: UNAM, 1974.

ROMAINE, S. *Language in Society: an Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: University Press, 2000.

ROTH-GORDON, J. Slang and the struggle over meaning: Race, Language, and Power in Brazil [en línea] (2002)

[http://www.brown.edu/Departments/Race\\_Ethnicity/roth-](http://www.brown.edu/Departments/Race_Ethnicity/roth-)

[gordon/JenRothGordon\\_diss\\_total.pdf](#)

Consultado entre 12/2006 y 02/2007

RUBIN, J. *National Bilingualism in Paraguay*. The Hague: Mouton, 1968.

\_\_\_\_\_ “La urbanización del idioma guaraní. Problema de lengua y cultura”, en Paul L. Garvin y Yolanda Lastra de Suárez (eds.). *Antología de estudios de etnolingüística y sociolingüística*. México: UNAM, 1974.

\_\_\_\_\_ “The Special Relation of Guarani and Spanish in Paraguay”, en Wolfson N. y Manes J. (eds) *Language of Inequality*, Berlin: Mouton, 1985.

RYAN, E. B. y Carranza, M. A. “Evaluative reactions of adolescents toward speakers of standard English and Mexican American accented English”, en *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 855-863, 1975.

RYAN, E. B. “Why do low prestige language varieties persist?” In H. Giles and R. St. Clair (Eds.) *Language and Social Psychology*. Baltimore: University Park Press, 1979.

RYAN, E. B. y H. Giles. “Accent and Social Class Effects on Status and Solidarity Evaluation”, en *Personality and Social Psychology Bulletin*. v.11, no.1, 98 - 105, 1985.

SAUSSURE, F. *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot & Rivages, 1995.

SHAW M. E. y J. Mason Wright. “Scales for the measurement of attitudes”: Nueva York: McGraw-Hill, 1967, en LÓPEZ MORALES. *Sociolingüística*. Madrid: Gredos, 1989.

SILVA-CORVALÁN, C. *Sociolingüística y pragmática del español*. Washington, D.C: Georgetown University Press, 2001.

SORNIG, K. *Lexical innovation: A Study of Slang, Colloquialisms and Casual Speech*. Amsterdam: John Benjamins B.V, 1981.

SLEDD, J. “On not teaching English Usage”, en *English Journal* 54: 698-703, 1965.

ST CLAIR, R. N., “From social history to language attitudes”, en E. B. Ryan y H. Giles (eds.) *Attitudes towards linguistic variation*, London: Edward Arnold (publishers), 1982.

WILLIAM, F. “Some research notes on dialect attitudes and stereotypes” en Roger Shuy and Ralph Fasold (eds.) *Language Attitudes: Current Facts and Prospects*. Washington, D.C: Georgetown University Press, 113-28, 1973.

\_\_\_\_\_ “The identification of linguistic attitudes”, en *International Journal of the Sociology of Language* 3: 21-32, 1974.

WÖLCK, W. “Attitudes toward Spanish and Quechua in Bilingual Peru”, en Shuy, Roger W. y Ralph Fasold, (eds.) *Language Attitudes: Current Trends and Prospects*. Washington D.C.: Georgetown University Press: 1973.

ZIMMERMANN, K. “La dimensión ética de la planificación lingüística: la lengua como fenómeno social”, en *Política del lenguaje y planificación para los pueblos amerindios*. Madrid: Iberoamericana, 1999.