



Lengua labrada

Nombres propios de personas y estereotipos sociales en Chile: resultados de la aplicación de una encuesta a 45 escolares

*Carla Vergara Espinoza
Gastón Salamanca Gutiérrez*
Universidad de Concepción

Resumen

En este artículo presentamos los resultados obtenidos luego de aplicar una encuesta en que se indaga la actitud de prestigio y estigmatización que 45 sujetos de un colegio particular subvencionado tienen respecto de 60 nombres propios y los estereotipos sociales asociados con seis de ellos. Los resultados muestran que sistemáticamente algunos nombres son asociados con prestigio/estrato social alto, y otros lo son con desprestigio/estrato social bajo. También se muestra que las respuestas relacionadas con estigmatización (nombres con los que se reirían y se asocian con estrato social bajo) son mucho más compactas que aquellas relacionadas con prestigio (nombres con los que serían populares y se asocian con estrato social alto). Con relación a



los estereotipos sociales, se aprecia que existen estereotipos bastante definidos para cada uno de los nombres propuestos: *Agustín, Marcelo y Jason (Yeison)*, en el caso de los hombres; y *Sandra, Shirley y Julieta*, en el caso de las mujeres. Por último, se concluye que entre los sujetos encuestados hay una alta consciencia de la norma sociolingüística, especialmente entre los sujetos de sexo femenino.

Palabras clave

Sociolingüística, sociología del lenguaje, español de Chile, nombres propios.



Obra: *Nacional Security Doctrine* / Carolina Castañeda.

People's proper names and social stereotypes: results of a survey applied to 45 students

Abstract

In this article, we present the results of a survey conducted to investigate the level of prestige and/or stigmatization given by a group of 45 students from a semi-private school to 60 proper names and the social stereotypes related to six of those names. The survey results show how some names are systematically associated with high social levels and are given high prestige, while others are associated with lack of prestige and low social levels. They also show that the reactions related with stigmatization (names that might cause laughter at and are associated to low social levels) are more cohesive than those related to prestige (names that would be popular and are associated with high social level). With respect to social stereotypes, it is observed that there are clearly defined stereotypes for each name proposed: *Agustín*, *Marcelo* and *Jason*, for men; and *Sandra*, *Shirley* and *Julietta*, for women. Finally, we concluded that there is a high sociolinguistic conscience among the survey subjects, especially among females.

Keywords

Sociolinguistics, sociology of language, Chilean Spanish, proper names.



Introducción

Este artículo continúa una línea de trabajo que, por lo menos con el foco que le hemos asignado, comienza a perfilarse con los artículos de Salamanca y Pereira (2013); Salamanca, Riffo y Riffo (2014); y Millán y Rodríguez (en evaluación).¹

Los estudios antes señalados muestran cómo incluso en los nombres propios es posible evidenciar que la coordenada de valoración sociocultural² prestigio/estigmatización aplica de manera prominente. En efecto, en cada uno de estos trabajos se puede apreciar —aunque con algunos matices, dependiendo de la muestra considerada— que ciertos nombres son asociados sistemáticamente con los estratos socioculturales bajo y alto, y con estereotipos sociales bastante precisos.

Ahora bien, dos aspectos marcan diferencias entre el artículo que a continuación presentamos y los anteriores: por una parte, el artículo que nos ocupa se focaliza en la población escolar; específicamente, en dos cursos de enseñanza media de la octava región (los trabajos anteriores estaban focalizados en estudiantes de educación superior y de un centro de educación de adultos); y por otra, se presentan en una misma entrega resultados referidos a los ítems que miden prestigio/estigmatización de nombres propios y a los estereotipos sociales asociados con seis de ellos (tres femeninos y tres masculinos).

Marco de referencia y precedentes de investigación

El presente trabajo se inserta dentro de las disciplinas *sociolingüística* y *sociología del lenguaje*, a la manera como se presentan —por ejemplo, en Labov (1972), Fishman (1982), Milroy y Milroy (1999[1985]), López Morales (1993), Fasold (1996), Silva-Corvalán

¹ Estos tres trabajos provienen de las tesis respectivas de Pereira (2011), Millán y Rodríguez (2011), y Riffo y Riffo (2013), y a ellos hay que agregar la tesis, aún no puesta en forma de artículo, de Aguirre y Mella (2012).

² Se incluye en ella la valoración sociolingüística.

(2001) y Moreno Fernández (2005), entre otros—, puesto que se estudian las actitudes y prejuicios sociales que se manifiestan en distintos niveles o ámbitos de una lengua; en este caso respecto de los nombres propios de personas usados en el español de Chile.³

En el contexto de estas disciplinas hemos relevado como coordinadas conceptuales centrales las nociones de *estereotipo* y, especialmente, *actitudes*. Con respecto a la primera, Silva-Corvalán (2001: 108) la define como “una generalización desfavorable, exagerada y simplista acerca de un grupo o una categoría de personas”, y enfatiza que a través de este comportamiento se tiende a exagerar los rasgos negativos de ciertos grupos, los cuales persisten debido a que se comparten por una comunidad de hablantes. Las *actitudes*, por su parte, de acuerdo con Blas Arroyo (1999) —quien hace referencia a la concepción de Appel y Miusken (1987: 49)— se relacionan con una “postura crítica, valorativa, del hablante hacia fenómenos específicos de una lengua e, incluso, hacia dialectos y diasistemas completos”.

Con relación al estudio de las actitudes en el contexto del español de Chile, éstas se han relevado fundamentalmente en el nivel fonético-fonológico (Valdivieso, 1998-1999; Tassara, 1993-1994; Salamanca y Valverde, 2009; Soto-Barba et al., 2015, entre otros). Un caso emblemático aquí ha sido el estudio de las actitudes hacia la variante fricativa [f] del fonema /tʃ/. Pero también se reportan interesantes reflexiones sobre la valoración que los hablantes del español de Chile realizan respecto de otras variantes dialectales del español y la propia (Rojas, 2012a, 2012b y 2012c), y sobre el prestigio —aunque encubierto— que los hablantes del español de Chile asignan al español de Argentina, lo cual se

³ Cabe señalar que este artículo no pretende establecer un ránking de los nombres propios más populares y más estigmatizados usados en Chile, pues para esto se requeriría evaluar cada uno de ellos, objetivo que, si acaso es posible, no constituye el foco de nuestra pesquisa. Tampoco se propone que sus conclusiones sean extrapolables a toda la población escolar secundaria del país, pues esta encuesta se aplicó sólo en una ciudad (Talcahuano), aunque dada la relativa homogeneidad que exhiben los hablantes del español de Chile en la asignación de prestigio/estigmatización a ciertos usos lingüísticos (Bobadilla y Bobadilla, 1980-1981; Valdivieso, 1983 y 1998-1999; Cepeda, 1991; Tassara, 1992 y 1993-1994; Valencia, 1993-1994; Salamanca y Valverde, 2009; Figueroa et al., 2010), no sería sorprendente que así ocurriera.



verifica a través de la relación de *permeabilidad asimétrica* que se presenta entre ambas variantes (Salamanca, 2010; Salamanca y Ramírez, 2014).⁴

Un punto primordial a destacar —por las implicaciones socioculturales que conlleva— es que, tal como señala Lastra (1992: 419): “Las actitudes hacia la lengua son, en realidad, hacia las personas que las hablan”.

El prestigio y estigmatización de los nombres propios es un tema investigado por estudiantes de pre y postgrado de la Universidad de Concepción; concretamente existen cuatro tesis y dos artículos publicados en los que se determinó el grado de prestigio/estigmatización de 60 nombres propios, al analizar los *ítems* 1a, 2a, 3a y 4a de la encuesta construida en la primera de estas tesis.⁵

En los estudios mencionados se advierte lo que podríamos denominar una *conciencia de norma sociolingüística* por parte de los encuestados, puesto que la concentración de las preferencias, especialmente en las respuestas asociadas con estigmatización, evidencia una apropiación de los códigos sociales asociados con valor y discriminación. Este hecho, sin embargo, no es categórico, ya que existen algunos (pocos) casos en los cuales los sujetos asocian un nombre con impopularidad/estrato bajo, y luego mencionan que le colocarían ese nombre a su hijo/a.

Los estudios precedentes coinciden también en las siguientes conclusiones:

- La cantidad de nombres mencionados por los sujetos es inferior cuando se califica negativamente; es decir, existe mayor cohesión en ese tipo de respuestas porque hay mayor conciencia de lo que es socialmente rechazado.
- Las votaciones de las mujeres son las que presentan mayor cohesión en sus respuestas, lo que coincide con los precedentes bibliográficos respecto del prestigio y estigmatización en otros aspectos del lenguaje.

⁴ En efecto, el español de Chile es altamente permeable a la influencia de argentinismos/lunfardismos (Salamanca, 2010; San Martín, 2011; Salamanca y Ramírez, 2014); lo que no sucede en la dirección contraria.

⁵ La versión original y completa de este instrumento se puede ver en Pereira (2011).

Objetivos

Generales

En esta presentación se procura determinar el grado de prestigio/estigmatización que 43 sujetos de tercer y cuarto año de enseñanza media, pertenecientes a un colegio particular subvencionado, asignan a 60 nombres propios; y el grado de asociación que 43 sujetos establecen entre seis nombres propios (tres masculinos y tres femeninos) y algunos criterios sociales propuestos en la investigación.

Específicos

- Establecer el grado de prestigio/desprestigio que 20 de género femenino y 20 de género masculino atribuyen a 30 nombres de mujeres y 30 de hombres, respectivamente.
- Determinar el grado de asociación que 20 sujetos de género femenino establecen entre los nombres: Sandra, Shirley y Julieta, y las categorías sociales apariencia, gustos, residencia y estudios; y que 21 sujetos de género masculino establecen entre los nombres Marcelo, Jason y Martín, y las categorías sociales apariencia, gustos, residencia y estudios.

Aspectos metodológicos

Instrumento

Para la recopilación de la información se utilizaron dos encuestas: una para el género femenino y otra para el masculino. La encuesta original fue extensa, pero el ítem 3 y las partes b no se aplicaron a los estudiantes. En efecto, los ítems incluidos fueron el 1a, 2a, 4 y 5. Ahora, por razones de espacio, en este artículo únicamente se entregan los resultados que corresponden a los ítems 2a y 4, los cuales se plantearon como se señala a continuación.

En el ítem 2a se dispone un cuadro con 30 nombres propios, de los cuales 10 se estimaron como prestigiosos, 10 como estig-



matizados y 10 como neutros.⁶ A partir de ellos se les preguntó a los encuestados/as cuáles de ellos relacionarían con un nivel social alto y cuáles con un nivel social bajo; los sujetos encuestados debían escoger seis nombres para cada pregunta.

En el ítem 4 se les solicitó a las mujeres que imaginasen a personas que lleven los nombres Sandra, Shirley y Julieta, para describir su probable apariencia, gustos, lugar de residencia y nivel de estudios; denominamos a todos estos aspectos *categorías* y a las que se derivan de ellas *subcategorías* (por ejemplo: estatura, pasatiempos, sector de residencia y tipo de colegio, para cada categoría mencionada, respectivamente), y a las instanciaciones de éstas últimas las denominamos *atributos* (por ejemplo: baja, deportes, barrio acomodado y colegio particular, para cada subcategoría mencionada, respectivamente).

En el caso de los hombres se entrega la misma instrucción, pero los nombres se reemplazan por Marcelo, Jason (Yeison) y Martín.

Ahora bien, en sintonía con lo señalado por Salamanca, Riffo y Riffo (2015: 91):

Es importante subrayar que las subcategorías y atributos surgieron a partir de las respuestas espontáneas de los sujetos encuestados, los cuales sólo contaban con la categoría general como motivador para sus asociaciones (esto explica por qué en algunas subcategorías el número de menciones fue escaso). Este punto, a nuestro juicio, debe ser relevado, porque nos informa que lo que el sujeto encuestado plasma en sus respuestas es aquello que está disponible de manera expedita en su consciencia sociolingüística

⁶ Los nombres con una expectativa de prestigio fueron: Martina, Sofía, Isidora, Antonia, Josefa, María Paz, Agustina, Julieta, Matilde e Ignacia, para mujeres; y Cristóbal, Sebastián, Martín, Alonso, Tomás, Ignacio, Joaquín, Agustín, León, y Máximo, para hombres. Los nombres con una expectativa de valoración neutra fueron: Carla, Carolina, Andrea, Claudia, Alejandra, Daniela, Cecilia, Paulina, Fabiola y Natalia, para mujeres; y Rodrigo, Marcelo, Daniel, Andrés, Claudio, Alejandro, Pablo, Héctor, Mauricio y Felipe, para hombres. Por último, los nombres con expectativa de estigmatización fueron: Jocelin, Melany, Maryori, Yaritza, Sharon, Shirley, Nayareth, Yamileth, Melany y Britney, para mujeres; y Brian (Brayan), Michael (Maickel), Jason (Yeison), Jeremy, Byron (Bairon), Harry, Malcom, Jordan, Kevin y Justin (Yastin), para hombres. La pertinencia de ellos fue corroborada por dos expertos en el área, quienes consideraron actitudes junto con la coordenada de prestigio/estigmatización interpretado en el castellano de Chile.

Nombres propios de personas y estereotipos sociales en Chile... Carla Vergara Espinoza, *et al.*

y no sólo aquello que está dentro de lo que el investigador estima que puede cubrir las respuestas posibles (lo que ocurriría al solicitar dichas respuestas a través de preguntas cerradas).

Sujetos

La encuesta fue aplicada a un total de 45 estudiantes, correspondientes a tercer y cuarto medio del colegio San Cristóbal de Talcahuano, en el segundo semestre de 2014. Ahora bien, por criterios de completud y consistencia, para el ítem 2a se seleccionaron 43 encuestas, de las cuales 20 corresponden al género femenino y 23 al masculino. Con respecto al ítem 4, y basados en los mismos criterios, se consideraron 41 encuestas: 20 de ellas son del género femenino y 21 del masculino.

Cabe destacar que los estudiantes encuestados son jóvenes de entre 16 y 18 años de edad, de un sector socioeconómico medio.

Trabajo de campo

La aplicación del instrumento se concretó en dos sesiones de 45 minutos cada una, los días 25 y 30 de septiembre de 2014. Durante la primera sesión se les presentó a los alumnos del tercer año medio el objetivo de la visita al establecimiento, para luego proceder a entregar la encuesta. En la segunda sesión se cumplió el mismo protocolo, pero esta vez se entregaron las encuestas a estudiantes del cuarto año medio.



Análisis y resultados

Asociación de nombres propios con estrato social

Tabla 1
Asociación entre 30 nombres propios y estrato social
en integrantes del género femenino

Nombres relacionados con un estrato social alto				Nombres relacionados con un estrato social bajo			
	Nombre	Cantidad	Porcentaje		Nombre	Cantidad	Porcentaje
1	Isidora	12	60	1	Yamileth	18	90
2	Agustina	12	60	2	Britney	15	75
3	Antonia	10	50	3	Yaritza	14	70
4	Josefa	9	45	4	Sharon	13	65
5	María Paz	9	45	5	Maryori	12	60
6	Matilde	9	45	6	Joselyn	10	50
7	Martina	9	45	7	Nayareth	10	50
8	Ignacia	9	45	8	Shirley	9	45
9	Julieta	8	40	9	Melody	8	40
10	Andrea	6	30	10	Cecilia	3	15
11	Carolina	5	25	11	Melany	3	15
12	Sofía	4	20	12	Josefa	1	5
13	Alejandra	4	20	13	Matilde	1	5
14	Daniela	4	20	14	Martina	1	5
15	Carla	2	10	15	Julieta	1	5
16	Natalia	2	10	—	—	—	—
17	Paulina	2	10	—	—	—	—
18	Claudia	2	10	—	—	—	—
19	Melany	1	5	—	—	—	—

Observaciones

En primer lugar se observa que Isidora y Agustina son los nombres relacionados con un estrato social alto más votados por las estudiantes; mientras que Yamileth y Britney encabezan la lista de los nombres relacionados con un estrato social bajo, superando notoriamente las votaciones de Isidora y Agustina.

Además se observa que la cantidad de nombres relacionados con un estrato social alto es mayor a la cantidad de nombres relacionados con un estrato social bajo. Así, 19 nombres son escogidos por su estatus prestigioso y 15 como estigmatizados; es decir, estos datos muestran mayor cohesión en los nombres estigmatizados.

Tabla 2
Asociación entre 30 nombres propios y estrato social
en sujetos de género masculino

Nombres relacionados con un estrato social alto				Nombres relacionados con un estrato social bajo			
	Nombre	Cantidad	Porcentaje		Nombre	Cantidad	Porcentaje
1	Cristóbal	14	60.86	1	Byron	23	100
2	Harry	11	47.82	2	Jeremy	22	95.65
3	Alonso	10	43.47	3	Jordan	21	91.3
4	León	10	43.47	4	Jason	21	91.3
5	Martín	9	39.13	5	Justin	17	73.91
6	Máximo	8	34.78	6	Brian	17	73.91
7	Joaquín	8	34.78	7	Malcom	4	17.39
8	Agustín	8	34.78	8	Michael	3	13.04
9	Ignacio	6	26.08	9	Martín	2	8.69
10	Daniel	6	26.08	10	Joaquín	1	4.34
11	Alejandro	6	26.08	11	Ignacio	1	4.34
12	Rodrigo	6	26.08	12	Kevin	1	4.34
13	Sebastián	5	21.73	—	—	—	—
14	Tomás	5	21.73	—	—	—	—
15	Andrés	5	21.73	—	—	—	—
16	Héctor	4	17.39	—	—	—	—
17	Malcom	3	13.04	—	—	—	—
18	Pablo	3	13.04	—	—	—	—
19	Marcelo	2	8.69	—	—	—	—
20	Kevin	2	8.69	—	—	—	—
21	Michael	2	8.69	—	—	—	—
22	Claudio	1	4.34	—	—	—	—
23	Justin	1	4.34	—	—	—	—
24	Felipe	1	4.34	—	—	—	—



Observaciones

En primer lugar se observa que la cantidad de nombres relacionados con un estrato social alto es mayor que la cantidad de nombres relacionados con un estrato social bajo. Así, 24 nombres son escogidos por su prestigio social y 12 como estigmatizados; es decir, los nombres con valoración negativa constituyen la mitad de los valorados positivamente; de modo que nuevamente se observa mayor cohesión en los nombres asociados con una valoración negativa.

En segundo lugar se observa que Cristóbal y Harry son los nombres relacionados con un estrato social alto elegidos con mayor cantidad; mientras que Byron y Jeremy encabezan la lista de los nombres relacionados con un estrato social bajo, con 100 y 95.65%, respectivamente, superando ampliamente las votaciones de Cristóbal y Harry. Cabe señalar que en el caso de Harry se esperaba que los sujetos encuestados lo relacionaran con un estrato social bajo; sin embargo fue escogido por un alto porcentaje de los estudiantes como un nombre prestigioso.⁷

Por último, otro aspecto destacable es la valoración positiva de Malcom, por parte de tres estudiantes (13.04%). También llama la atención los casos de Daniel, Alejandro y Rodrigo, pues las expectativas previas con relación a estos nombres eran que se considerarían neutros, pero 26.08% los relacionó con un estrato social alto.

⁷ Es probable que esto se deba a la figuración en los medios de comunicación del príncipe Harry de Inglaterra.

Estereotipos sociales asociados con seis nombres propios⁸

Género masculino

Categoría: Gustos

Subcategoría: Pasatiempos

Nombre	Atributos asociados	Número (%)
Marcelo	Deportes	14 (63.63)
	Juegos electrónicos	4 (18.18)
	Salir con amigos	1 (4.54)
	Estudios	1 (4.54)
	Comer verduras	1 (4.54)
	Bailar	1 (4.54)
Jason	Deportes	8 (44.44)
	Salir de fiesta	4 (22.22)
	Drogas	2 (11,11)
	Estar en la calle	1 (5.55)
	Actuar como <i>flaite</i>	1 (5.55)
	Imitar futbolistas	1 (5.55)
	Comer frutas	1 (5.55)
Martín	Deportes	7 (35)
	Juegos electrónicos	4 (20)
	Salir con amigos	3 (15)
	Literatura	1 (5)
	Estudios	1 (5)
	Salir de fiesta	1 (5)
	Ir a las <i>termas</i>	1 (5)
	Ir a la playa	1 (5)
	Ir a la piscina	1 (5)

Nota: El término *flaite* es un vulgarismo chileno que equivale a: cuma, punga, ladrón, poca clase, bajo, ñero, turro, rasca, roto, picante, malandro, etcétera. En un sentido estricto se utiliza para denominar a personas de malas costumbres [...] y en sentido extenso para referirse a este tipo de comportamiento, independientemente del origen social (Fuente: es.wikipedia.org).

⁸ A fin de que los comentarios que aquí se plantean tengan mayor grado de consistencia, y por razones de espacio nos referiremos sólo a las categorías que presentaron mayor número de menciones.

Deportes⁹

Nombre	Atributos asociados	Número (%)
Marcelo	Fútbol	8 (100%)
Jason	Fútbol	7 (100%)
Martín	Rugby	2 (33.3%)
	Tenis	1 (16.6%)
	Natación	1 (16.6%)
	Tenis de mesa	1 (16.6%)
	Golf	1 (16.6%)

Observaciones

En primer lugar destaca el alto interés por la subcategoría pasatiempo, lo que se refleja en que el nombre Marcelo recibe 22 menciones;¹⁰ Jason 18 y Martín 20.

Por otra parte, los sujetos coinciden en asociar mayoritariamente los tres nombres con el pasatiempo deportes, siendo notable que Marcelo y Jason se vinculan en 100% con fútbol, mientras que en el caso de Martín, a diferencia de lo que ocurre con Marcelo y Jason, no hay una asociación categórica con un deporte determinado porque algunos implican un costo económico importante, como el golf, tenis de mesa, natación, rugby y tenis. Destaca, además, que Martín no se vincula en absoluto con el fútbol.

Jason, por su parte, se vincula también con otros atributos, como son: imitar futbolistas, actuar como *flaite* y *drogas*.

⁹ Corresponde a un atributo de la subcategoría pasatiempos. Fue necesario especificar en una tabla distinta, pues gran parte de los estudiantes encuestados explicitaron el deporte que realizarían los sujetos que portarían cada nombre.

¹⁰ Cabe señalar que en algunas ocasiones, como en este caso, la suma total de las menciones en un nombre supera el número de sujetos encuestados; esto se debe a que algún(os) sujeto(s) menciona(n) más de un atributo para el nombre en cuestión.

Categoría: Residencia

Subcategoría: Sector residencial

Nombre	Atributos asociados	Número (%)
Marcelo	Lugar normal	6 (75)
	Centro	1 (12.5)
	Población	1 (12.5)
Jason	Población	10 (47.6)
	Cerro	5 (23.8)
	Lugar normal	3 (14.2)
	Barrio pobre	3 (14.2)
Martín	Barrio acomodado	8 (61.53)
	Condominio	4 (30.76)
	Población	1 (7.69)

Observaciones

En la subcategoría de sector residencial se aprecia que en Marcelo 75% de los alumnos lo asoció con un lugar normal; para Jason 47.6% lo asoció con una población;¹¹ y en Martín 61.53% lo vinculó con un barrio acomodado.¹²

Conviene destacar, por último, que el nombre Jason recibe un total de 21 comentarios en esta subcategoría, lo que revela una alta focalización en él, pues implica que todos y cada uno de los hombres encuestados asignaron un lugar de residencia a los sujetos que eventualmente portarían ese nombre.

¹¹ Si a este porcentaje se suma el de barrio pobre, asciende a 61.8%.

¹² Si a este porcentaje se suma el de condominio, asciende a 92.9%.



Categoría: Estudios

Subcategoría: Tipo de colegio

Nombre	Atributos asociados	Número (%)
Marcelo	Colegio municipal	10 (58.82)
	Colegio subvencionado	7 (41.17)
Jason	Colegio municipal	17 (77.27)
	Colegio subvencionado	2 (9.09)
	Escuela	2 (9.09)
	No estudia (trabaja)	1 (4.54)
Martín	Colegio particular	15(83.33)
	Colegio subvencionado	2 (11.11)
	Colegio municipal	1 (5.55)

Observaciones

Es interesante observar que los 21 estudiantes de género masculino encuestados comentaron aspectos relacionados con el tipo de colegio en Jason, 18 en Martín y 17 en Marcelo; lo cual refleja un interés alto por aspectos relacionados con esta subcategoría. Asimismo, se aprecia una clara inclinación de los atributos en el colegio municipal de 58.82% para Marcelo, 77.27% en Jason; mientras que para Martín 83.33% lo asocia con colegio particular.

Cabe señalar que en el caso de Marcelo la segunda asociación (de 41.17%) es con colegio particular subvencionado; mientras que atributo no estudia (trabaja) se menciona una sola vez exclusivamente en el nombre Jason.

Género femenino

Categoría: Gustos

Subcategoría: Pasatiempos

Nombre	Atributos asociados	Número (%)
Sandra	Literatura	3 (27.27)
	Arte/Pintura	2 (18.18)
	Deportes	1 (9.09)
	Tocar Instrumento	1 (9.09)
	Estar con amigos	1 (9.09)
	Cantar	1 (9.09)
	Ver telenovelas	1 (9.09)
	Ir a la playa	1 (9.09)
Shirley	Salir de fiesta	6 (37.5)
	Beber alcohol	2 (12.5)
	Bailar	2 (12.5)
	Ir de compras	1 (6.25)
	Estudiar	1 (6.25)
	Dormir	1 (6.25)
	Actuar como <i>flaite</i>	1 (6.25)
	Hacer escándalos	1 (6.25)
	Conversar	1 (6.25)
Julieta	Ir de compras	4 (26.66)
	Arte/pintura	2 (13.33)
	Salir de fiesta	2 (13.33)
	Deportes	2 (13.33)
	Literatura	1 (6.66)
	Escribir	1 (6.66)
	Vida saludable	1 (6.66)
	Bailar	1 (6.66)
	Estar sola	1 (6.66)

Observaciones

De las 20 estudiantes encuestadas, 16 mencionaron pasatiempos en Shirley, 15 en Julieta y 11 en Sandra; lo que revela un interés importante por esta subcategoría.

Cabe destacar que a Shirley se le asocia mayoritariamente con salir de fiesta en 37.5% de las menciones. En el caso de Julieta



el porcentaje más alto lo obtiene el atributo ir de compras, con 26.66%; mientras que para Sandra el atributo más mencionado es literatura con 27.27%.

Por otro lado, en Shirley y Julieta figuran segundas preferencias interesantes de abordar, pues permiten interpretar con mayor precisión las impresiones de las estudiantes encuestadas. Así, 12.5% mencionó pasatiempos en Shirley, pero también asocia este nombre con beber alcohol y bailar; mientras que en Julieta asocian las subcategorías de arte/pintura, salir de fiesta y deportes.

Los resultados que matizan las expectativas son los que se obtienen en el nombre Sandra, pues su primera y segunda preferencias corresponden a literatura y arte/pintura, respectivamente.

Por último, cabe mencionar que existen atributos exclusivos y que son interesantes de considerar, pues aportan en la construcción de la imagen que se tiene de dichos nombres. Así, Julieta se asocia también con los atributos de escribir, vida saludable y estar sola; en tanto que Sandra se asocia también con tocar instrumentos musicales y cantar; y Shirley con actuar como *flaite* y hacer escándalos.

Categoría: Residencia

Subcategoría: Sector residencial

Nombre	Atributos asociados	Número (%)
Sandra	Lugar normal	6 (40)
	Población	5 (33.33)
	Barrio acomodado	2 (13.33)
	Centro	2 (13.33)
Shirley	Barrio pobre	6 (31.57)
	Cerro	5 (26.31)
	Lugar normal	3 (15.78)
	Población	3 (15.78)
	Campamento	2 (10.52)

Continúa en página siguiente

Viene de la página anterior

Nombre	Atributo	Número (%)
Julieta	Barrio acomodado	9 (42.85)
	Cerro	6 (28.57)
	Lugar normal	3 (14.28)
	Condominio	2 (9.52)
	Barrio pobre	1 (4.76)

Observaciones

En primer lugar destaca el alto número de comentarios en esta subcategoría; para el nombre de Sandra se reciben 15 menciones, para Shirley 19 y para Julieta 21.

En cuanto a las primeras preferencias en los aspectos relacionados con barrio o sector de residencia, 40% relacionó a Sandra con lugar normal, 31.57% a Shirley con barrio pobre¹³ y 42.85% asoció a Julieta con barrio acomodado.¹⁴

Por último, y en consonancia con las expectativas, cabe destacar que el atributo condominio es exclusivo del nombre Julieta, y el de campamento se presenta únicamente para el nombre Shirley.

¹³ Si a este porcentaje se le suman los de población y campamento, asciende a 57.87%.

¹⁴ Si a este porcentaje se le suma el de condominio, asciende a 52.37%.



Categoría: Estudios

Subcategoría: Tipo de colegio

Nombre	Atributos asociados	Número (%)
Sandra	Colegio municipal	16 (64)
	Colegio particular subvencionado	6 (24)
	Colegio particular	3 (12)
Shirley	Colegio municipal	16 (84.21)
	Colegio particular subvencionado	3 (15.78)
Julieta	Colegio particular	14 (60.86)
	Colegio municipal	6 (26.08)
	Colegio particular subvencionado	3 (13.04)

Observaciones

En esta subcategoría se aprecia claramente que las estudiantes asocian los nombres analizados con establecimientos cuyo perfil es bastante definido. En efecto, se observa que 64% asocia el nombre de Sandra con colegio municipal, 84.21% a Shirley en colegio y 60.86% a Julieta con colegio particular.

Cabe destacar el alto interés de las encuestadas por referirse a aspectos relacionados con la educación escolar, lo cual se ve reflejado en las 25 menciones para Sandra, 23 para Julieta y 19 en Shirley. Por cierto, no se registra una votación tan alta en ninguna de las otras subcategorías de la investigación en general.

Conclusiones

En la pregunta que se vinculan nombres propios con estratos sociales se aprecia que en los relacionados con el estrato alto, las mujeres señalan 63.33% de los 30 incluidos en el instrumento; mientras que en el caso de los nombres asociados con estrato bajo señalan a 50% de ellos. De este modo se revela mayor cohesión y conciencia sociolingüística en este tipo de respuestas.

Respecto a la pregunta donde se asocian los nombres propios femeninos con determinados criterios sociales se observa

que para el nombre de Shirley, en la categoría *gustos* y subcategoría *pasatiempos* se asocia preferentemente con los atributos salir de fiesta (37.5%) y beber alcohol (12.5%); mientras que en la categoría *residencia*, subcategoría *sector de residencia* se asocia fundamentalmente con barrio pobre (31.6%) y cerro (26.3%); en la categoría *estudios*, subcategoría *tipo de colegio* se asocia con los atributos colegio municipal (84.2%) y colegio subvencionado (15.8%). A diferencia de Sandra y Julieta, no se menciona colegio particular. El nombre Sandra, por su parte, en la categoría de *gustos* y subcategoría *pasatiempos* se asocia preferentemente con literatura (27.3%) y arte/pintura (18.2%); mientras que en la categoría *residencia*, subcategoría *sector de residencia* se asocia preferentemente con lugar normal (40%) y población (33.3%); y en la categoría *estudios*, subcategoría *tipo de colegio* es fundamentalmente con colegio municipal (64%) y colegio subvencionado (34%). Finalmente el nombre Julieta, en la categoría *gustos*, subcategoría *pasatiempos*, se asocia preferentemente con ir de compras (26.7%) y arte/pintura (13.3%); en la categoría *residencia*, subcategoría *sector de residencia*, lo hace fundamentalmente con barrio acomodado (42.9%) y cerro (28.6%); y en la categoría *estudios*, subcategoría *tipo de colegio* se asocia fundamentalmente con colegio particular (60.9%) y colegio municipal (26.1%).¹⁵

¹⁵ Cabe recordar que hubo subcategorías que no fueron incluidas en el análisis de resultados de este artículo, porque la cantidad de menciones en ellas fue exigua; sin embargo, hay que destacar que, en términos generales, los resultados de dichas subcategorías sintonizan con aquellos que presentan mayor votación. En efecto, es muy decidor, por ejemplo, que en la categoría *apariciencia*, subcategoría *contextura*, en Sandra y Julieta, las preferencias se concentran en el atributo *delgada*, con 40 y 100%, respectivamente; mientras que en el caso de Shirley es a la inversa, es decir, *gorda*, con 57.14% de las menciones.

En el mismo sentido, si observamos la categoría *apariciencia*, subcategoría *características del cabello*, se aprecia que la mayoría de las encuestadas asocia a Shirley con pelo oscuro/negro y pelo rubio teñido, con 36.36% para cada atributo; en el caso de Julieta, la primera preferencia la obtiene el atributo *pelo castaño* con 40% de las menciones, y como segunda preferencia: *pelo rubio*, con 30%; finalmente, el nombre Sandra es asociado por 28.57% de las alumnas con *pelo castaño* y *pelo oscuro/negro*. Es interesante observar que el atributo de *pelo rubio teñido* es exclusivo de Shirley, y que en Julieta no recibe ninguna mención el *pelo oscuro/negro*.



Los resultados para la muestra masculina analizada se resumen a continuación. Para la pregunta donde se vinculan los nombres con los estratos sociales se observa que los relacionados con el estrato alto, señalan 80% de los 30 incluidos en el instrumento; y en el caso de los nombres asociados con estrato bajo se señala 40% de ellos. Así, tal como sucedía en el caso de las encuestadas, se observa que sistemáticamente hay menor cantidad de nombres en las respuestas asociadas con valoración negativa, lo que revela mayor cohesión en este tipo de respuestas y, por ende, conciencia sociolingüística.

En la pregunta en que se asocian los nombres propios con determinados criterios sociales, se observa que en la categoría *gustos*, subcategoría *pasatiempos*, el nombre Jason se asocia preferentemente con los atributos: deportes (63.6%), salir de fiesta (22.2%) y drogas (11.1%); mientras que en la categoría *residencia*, subcategoría *sector de residencia*, es fundamentalmente con los atributos: población (47.6%) y cerro (23.8%); en tanto que en la categoría *estudios*, subcategoría *tipo de colegio*, se asocia preferentemente con los atributos: colegio municipal (77.3%) y colegio subvencionado (9.09%).

El nombre Marcelo, por su parte, en la categoría *gustos*, subcategoría *pasatiempos*, se asocia preferentemente con deportes (63.6%), juegos electrónicos (18.2%) y salir con amigos (4.54%); en tanto que en la categoría *residencia*, subcategoría *sector de residencia* se asocia fundamentalmente con lugar normal (75%) y cerro (12.53%); y por último, en la categoría *estudios*, subcategoría *tipo de colegio*, se asocia con colegio municipal (58.82%) y colegio subvencionado (41.2%).

El nombre Agustín, por su parte, en la categoría *gustos*, subcategoría *pasatiempos*, se asocia preferentemente con deportes (35%), juegos electrónicos (20%) y salir con amigos (15%); en la categoría *residencia*, subcategoría *sector de residencia* se asocia fundamentalmente con barrio acomodado (61.5%) y condominio (30.8%); y por último, en la categoría *estudios*, subcategoría

tipo de colegio, se asocia con colegio particular (83.3%) y colegio subvencionado (11.1%).¹⁶

El resumen descrito nos permite afirmar que existe concordancia con los precedentes bibliográficos, pues los resultados mostraron una alta conciencia de norma sociolingüística por parte de quienes participaron en la encuesta. Tal como se ha señalado, la considerable ocurrencia de las preferencias, especialmente en las preguntas asociadas con estigmatización, comprueba que los sujetos se apropian de los códigos sociales relacionados con prestigio/estigmatización.

Por tanto, coincidimos con lo expresado por Salamanca, Riffo y Riffo (2015: 93):

Un punto central a considerar aquí es que estos estereotipos se configuran socialmente, entre otros factores, por las asimetrías enormemente pronunciadas de un país como el nuestro. En este contexto, se puede visualizar que la discriminación que se produce desde las clases sociales más privilegiadas respecto de las menos privilegiadas no sólo se manifiesta en aspectos tradicionalmente destacados como la apariencia física, origen étnico, vestimenta, lugar de residencia, uso de la lengua (en sus distintos niveles de análisis: fonético-fonológico, morfosintáctico, léxico-semántico, discursivo-pragmático), etcétera, sino también a través de los nombres propios. En este contexto, un punto al que se debe prestar atención es que estas actitudes pueden no ser

¹⁶ Tal cual como sucedía en el caso de las encuestadas, en el ítem 4 existen subcategorías que no son mencionadas en el análisis de resultados porque la cantidad de menciones en ellas fue exigua; sin embargo, hay que destacar que los resultados de estas subcategorías tienden a confirmar aquellos que presentan mayor cantidad de menciones. En efecto, es interesante que en la categoría gustos, subcategoría música, los atributos seleccionados en Martín son: clásica, opera, rock, electrónica y punk rock; mientras que en Jason y Marcelo los comentarios se reparten entre tres atributos: rock, pop y reggaetón en Marcelo; y cumbia, reggaetón y salsa para Jason. Ahora bien, de acuerdo con el mayor número de preferencias en cada nombre, se destaca que en Marcelo 50% de los alumnos opina que escucha rock; 46.66% opina que en Jason escucha cumbia y reggaetón; y 33.33% señala que Martín escucha música clásica (sin mención alguna para cumbia o reggaetón). Más elocuentes aún son los resultados que se obtienen al considerar la categoría apariencia, subcategoría aspecto general donde los comentarios para Martín lo reparten en cuatro atributos: normal, formal, *cuico* y arreglado, siendo los mayoritarios *cuico* y arreglado con 33.33%; mientras que para Marcelo y Jason las votaciones se concentran en los atributos: normal y *flaite*, respectivamente.



sólo anecdóticas o inocuas, sino que pueden estar asociadas con mayores o menores oportunidades en el devenir cotidiano. Así, por ejemplo, un sujeto que se llame Cristóbal o Martín, Julieta o Isidora puede tener oportunidades que un sujeto llamado Jason o Byron, Sharon o Shirley no llegue a tener (o no en la misma medida), por el sólo hecho de llevar este nombre.¹⁷ En este sentido, nos parece que estudiar los estereotipos asociados a los nombres propios es seguir descubriéndonos como sociedad particularmente asimétrica.

En otro orden de cosas, cabe señalar que esta investigación se consolida como un aporte para los trabajos sobre esta materia, porque no existen investigaciones sobre esta temática que se focalicen en estudiantes de enseñanza secundaria. Esto es un punto relevante, puesto que puede motivar la realización de más investigaciones al respecto, dado el interés que despierta en estos momentos los temas sobre educación y discriminación en Chile.

Respecto de la encuesta, se empleó exitosamente en esta investigación y en los estudios anteriores, lo cual permite que se reconozca su pertinencia para recoger información sociolingüística sobre el prestigio y estigmatización de los nombres propios en el español de Chile. Dicho esto, debemos mencionar que cuatro estudiantes (8.88% del total de la muestra) hicieron notar su aprensión sobre la encuesta y prefirieron no responderla, obviamente aceptamos positivamente el rechazo porque también eso nos permite documentarlo. Los argumentos fueron que el instrumento propagaría prejuicios sociales asociados con el uso y valoración de los nombres propios.

Ahora bien, aunque estos (pocos) estudiantes tuvieron aprensiones respecto de la encuesta aplicada, es preciso subrayar que las preguntas no apuntan a dirigir al lector en la elección de determinados nombres (prestigiosos o estigmatizados), así como tampoco se pretende difundir prejuicios sociales asociados con ellos; por el contrario, este estudio pretende dar cuenta de una realidad constatable y observable en la sociedad chilena

¹⁷ Hay evidencia de ello en el estudio de Núñez y Pérez (2007).

actual, lo que nos permite deducir que es la sociedad la clasista y la que difunde prejuicios sociales asociados, entre otras cosas, con los nombres propios, pero creemos que en la medida en que el instrumento consiga eliminar estas coordenadas socioculturales, podrá ser útil también para disolver tales prejuicios.

“Las actitudes hacia la lengua son, en realidad, hacia las personas que las hablan” (Lastra, 1992: 419). Si parafraseamos esta afirmación y la vinculamos con el foco de esta incursión investigativa, diremos que las actitudes hacia los nombres propios son, en realidad, hacia las personas que los portan, con todas las implicaciones socioculturales y afectivas que esto conlleva.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, V. y Mella, P. (2012). *Prestigio y estigmatización de 30 nombres propios en 40 sujetos de nivel educacional superior*. Tesis. Chile: Universidad de Concepción.
- Appel, R. y Muysken, P. (1987/1989). *Language contact and bilingualism*. Londres: Edward Arnold.
- Blas-Arroyo, J.L. (1999). Las actitudes hacia la variación intradialectal en la sociolingüística hispánica. *Estudios Filológicos*, 34: 47-72.
- Bobadilla, F. y Bobadilla, G. (1980-1981). El estudio de tres variables sociolingüísticas en Rancagua: problemas preliminares. *Boletín de Filología*, XXI: 721-741.
- Cepeda, G. (1991). *Las consonantes de Valdivia*. Valdivia: Universidad Austral de Chile.
- Fasold, R. (1996). *La sociolingüística de la sociedad. Introducción a la sociolingüística*. Madrid: Visor Libros.
- Figuroa, M.; Soto-Barba, J. y Ñanculeo, M. (2010). Los alófonos del grupo consonántico/tr/en el castellano de Chile. *Onomázein*, 22 (2): 11-42.
- Fishman, J. (1982). *Sociología del lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- James, M. y Milroy, L. (1999 [1985]). *Authority in language. Investigating Standard English*. Londres: Routledge.
- Labov, W. (1972). *Modelos sociolingüísticos*. Madrid: Cátedra.
- Lastra, Y. (1992). *Sociolingüística para hispanoamericanos*. México: El Colegio de México.
- López-Morales, H. (1993 [1989]). *Sociolingüística*. Madrid: Gredos.
- Millán, M. y Rodríguez, C. (2011). *Prestigio y estigmatización de 30 nombres propios en 44 sujetos de estrato sociocultural*. Tesis. Chile: Universidad de Concepción.
- Millán, M. y Rodríguez, C. (en evaluación). *Prestigio y estigmatización de 60 nombres propios en 44 sujetos pertenecientes a un centro de capacitación de adultos en situación de vulnerabilidad social*.



- Moreno Fernández, F. (2005). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. 2ª edición actualizada. Barcelona: Ediciones Ariel.
- Núñez, J. y Pérez, G. (2007). *Dime cómo te llamas y te diré quién eres: la ascendencia como mecanismo de diferenciación social en Chile*. Documentos de trabajo de la Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.
- Pereira, L. (2011). *Prestigio y estigmatización de 30 nombres propios en 40 sujetos de nivel educacional superior*. Chile: Universidad de Concepción.
- Riffo, F. y Riffo, D. (2013). *Estereotipos sociales asociados a seis nombres propios en una muestra de 40 sujetos de nivel educacional superior*. Chile: Universidad de Concepción.
- Rojas, D. (2012a). Percepción y valoración de variedades geográficas del español de Chile entre hispanohablantes santiaguinos. *Boletín de Filología*, 47 (1): 137-163.
- Rojas, D. (2012b). Corrección idiomática atribuida al español de los países hispanohablantes por sujetos de Santiago de Chile. *RLA*, 50 (2): 39-62.
- Rojas, D. (2012c). Actitudes lingüísticas de hispanohablantes de Santiago de Chile: creencias sobre la corrección idiomática. *Onomázein*, 26 (2): 69-93.
- Salamanca, G. (2010). Apuntes sociolingüísticos sobre la presencia de argentinismos en el léxico del español de Chile. *Atenea*, 502: 125-149.
- Salamanca, G. y Valverde, A. (2009). Prestigio y estigmatización en variantes anteriorizadas y posteriorizadas de las vocales del español de Chile. *Literatura y Lingüística*, 20: 125-140.
- Salamanca, G. y Pereira, L. (2013). Prestigio y estigmatización de 60 nombres propios en 40 sujetos de nivel educacional superior. *Universum*, 28 (2): 35-57.
- Salamanca, G. y Ramírez, A. (2014). Argentinismos en el léxico del Español de Chile: nuevas evidencias. *Atenea*, 509: 97-121.
- Salamanca, G.; Riffo, F. y Riffo, D. (2014). Estereotipos sociales asociados a 6 nombres propios en una muestra de cuarenta sujetos de nivel educacional superior (1). *Foro Educativo*, 23: 27-51.
- Salamanca, G.; Riffo, F. y Riffo, D. (2015). Estereotipos sociales asociados a 6 nombres propios en una muestra de cuarenta sujetos de nivel educacional superior (2). *Foro Educativo*, 24: 77-99.
- San Martín, A. (2011). Voces del lunfardo en el registro festivo del diario chileno La Cuarta. *Onomázein*, 23 (1): 105-147.
- Silva-Corvalán, C. (2001). *Sociolingüística y pragmática del español*. Georgetown. Washington DC: University Press.
- Soto-Barba, J. (2015). Apreciación subjetiva acerca de la variación diatópica en el habla de los profesionales chilenos. *RLA*, 53: 131-147.
- Tassara, G. (1992). Actitudes lingüísticas ante la variación de /č/. *RLA*, 30: 263-271.
- Tassara, G. (1993-1994). Valoración subjetiva de usos fonéticos alternativos en una muestra porteña. *Nueva Revista del Pacífico*, 38/39: 143-157.

Nombres propios de personas y estereotipos sociales en Chile... Carla Vergara Espinoza, et al.

- Valdivieso, H. (1983). Prestigio y estigmatización: factor determinante en la enseñanza institucionalizada de la lengua materna. *RLA*, 21: 137-142.
- Valdivieso, H. (1998-1999). La variable fonológica /ç/ en Concepción. *Boletín de Filología*, XXXVII: 1199-1209.
- Valencia, A. (1993-1994). Realizaciones de /s/, /ç/ y /j/ en el habla adolescente. *Nueva Revista del Pacífico*, 38/39: 159-180.

Recepción: Febrero 22 de 2016

Aceptación: Abril 15 de 2016

Carla Vergara Espinoza

Correo electrónico: carlamvergara@udec.cl

Chilena. Licenciada en educación. Su adscripción laboral es en la Universidad de Concepción, en el Programa de Acompañamiento Efectivo en Educación (PACE). Las principales actividades que realiza son: interlocución con estudiantes y docentes de colegios vulnerable de la octava región de Chile, con miras al mejoramiento de la calidad de la educación. Sus líneas de investigación son en torno al lenguaje y la educación y al español de Chile.

Gastón Salamanca Gutiérrez

Correo electrónico: gaston.salamanca@gmail.com

Chileno. Doctor en lingüística. Su adscripción laboral es en la Universidad de Concepción, ejerce la docencia y la dirección de tesis de pre y posgrado. Es miembro del Comité de Posgrado en Lingüística de la misma universidad. Sus líneas de investigación son etnolingüística y el español de Chile.



Obra: *Bitácora localizada* / Carolina Castañeda.