

LA MARCACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA EN LA LEXICOGRAFÍA DIALECTAL

HUMBERTO LÓPEZ MORALES
Asociación de Academias de la Lengua Española

INTRODUCCIÓN

Desde los orígenes mismos de la lexicografía dialectal se ha sentido la necesidad de añadir marcas de variado tipo a los elementos esenciales que integran los artículos (etimologías, información gramatical, contornos y, sobre todo, definiciones). Es verdad que esto no ha sucedido solo en en este tipo de diccionarios, pero en los dialectales este reclamo ha sido mayor y más acuciante.

La marcación social tiene como función primordial informar al usuario sobre las restricciones de uso que la palabra en cuestión tiene, en los casos de diccionarios codificadores, o ayudarlo a entender más adecuadamente un texto, en el caso de los descodificadores. Estas marcas, como se sabe, suelen representarse muy abreviadas y su aparición es hoy sistemática en cuanto a su forma y colocación dentro del artículo lexicográfico, aunque haya variaciones, a veces muy acentuadas, entre los diferentes diccionarios.

El siglo XIX y casi todo el XX fueron épocas de ensayo, caracterizadas por una marcación irregular y hasta caótica. Concretamente en sociolingüística, disciplina relativamente reciente, cuando aparecían marcas de esta naturaleza, eran aisladas, inconsecuentes y de significado discutible cuando no variado: poético, literario, escrito, formal, coloquial, familiar, popular, informal, etc. a las que se añadían indistintamente marcas de otro parámetro cercano como el pragmático: despectivo, irónico, satírico, etc.

Entre las marcas de este tipo, por ejemplo, una de las más curiosas fue la de lit[erario], que significaba, o al menos eso intentaba, ‘elegante’, ‘cuidadoso’, ‘esmerado’, ‘pulcro’, etc. en épocas en que la creación literaria seguía o intentaba seguir esos derroteros, solo que desde hace ya bastantes años, una parte de la literatura universal ha marchado por otras sendas, de feísmo, vulgaridad, populismo, realismo puro y duro, y un largo etcétera. Esa marca, por ejemplo, aunque sigue inexplicablemente en uso, es, en el mejor de los casos, ambigua y confusa.

La relativamente moderna disciplina que estudia la lengua en su contexto social propone marcas que forman parte de parámetros muy coherentes.

LA MARCACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA

Los diccionarios dialectales actuales deberían proporcionar información sociolingüística de cuatro tipos: a) la pertenencia de la palabra a un registro específico, b) su relación con determinado nivel sociocultural dentro del espectro sociolingüístico de la comunidad estudiada, c) la valoración social del vocablo que hace la propia comunidad, y d) la indicación del estilo de lengua al que pertenece la palabra. Los lemas o acepciones que no lleven ninguna de estas marcas deben ser interpretados como socialmente neutros.

En algunas ocasiones, es importante —además— dar información sobre aspectos pragmáticos muy ligados a los sociales, sin que estos dejen de ser lo que son.

LOS REGISTROS

El registro es un código especial de comunicación, diferenciado de la lengua general de la comunidad en cuestión, fundamentalmente por una parcela de su vocabulario. Está en constante cambio, pues se trata de un sistema comunicativo ‘secreto’ que permita a sus usuarios entenderse entre sí, pero no a los de fuera del grupo. La relativamente fácil permeabilidad de esos lemas con significados ocultos hace que los registros carezcan de perdurabilidad. El registro carcelario, por ejemplo, se renueva constantemente como todos ellos, pues de estos hablantes, los creadores, lo originalmente secreto pasa a los carceleros y vigilantes de las prisiones, y también a sus familiares y amigos, etc. Artículos hay, y hasta libros, cuyo objetivo es desvelar algunos de esos andamiajes comunicativos crípticos.

Hay, desde luego, muchos y variados registros manejados por subgrupos de la comunidad de habla: estudiantes, presos, drogadictos, etc. Si una entrada o acepción pertenece a alguno de estos registros —carcelario, delincencial, [de la] drogadicción, estudiantil, infantil (usado por los niños o por los adultos al hablar con ellos), policial, [de la] prostitución, etc.— deberá aparecer en el diccionario con la marca correspondiente.

maroma.

VI.1. f. pl. *ES.* Frijoles, delinc.

oa.

I.1. m. *Ec.* Juego en que un niño lanza la pelota contra la pared, pronuncia ciertas fórmulas y hace algunos movimientos en el transcurso de tiempo en que la pelota tarda en volver a sus manos. *inf.*

Las marcas de registro aparecen siempre solas, pues neutralizan todas las demás de carácter sociolingüístico.

LA ESTRATIFICACIÓN SOCIOCULTURAL

Todas las comunidades de habla del mundo presentan algún tipo de estratificación social. Aquí nos referimos a la confluencia de factores como la educación, la profesión que se ejerza y también los ingresos económicos que produce ese desempeño profesional. Ellos son los responsables de que existan espectros socioculturales, integrados por estratos diferentes: altos, medios y bajos.

En el caso de esta otra variable sociolingüística, las situaciones pueden ser muy diferentes: desde comunidades muy débilmente estratificadas a las de estratificación fuerte. Las primeras están en consonancia con la poca complejidad de sus estructuras —los indios norteamericanos de la Gran Cuenca (Gumperz, 1962)—, y las segundas, que forman un rico abanico de posibilidades, tienen en su extremo a las grandes ciudades que muestran fuertes desniveles de educación, trabajos e ingresos.

Culto:

lumpenal. (Del al. *Lumpen*, harapo, andrajo).

I.1. m. *PR.* Gentualla.

prest; cult → esm.

[Nivel no marcado]

Popular:

billete.

II.1. m. *PR.* p.u. Remiendo o pedazo de tela para remendar.

pop + cult → espon.

LA VALORACIÓN SOCIAL

En las comunidades de habla hay muchas, muchísimas palabras que no producen ningún tipo de valoración por parte de los hablantes: son neutras o no marcadas. Otras, en cambio, son tenidas por elegantes y refinadas, o por el contrario, por vulgares y zafias. Más allá de las palabras que la comunidad ‘siente’ como vulgares, están las que ofrecen serias limitaciones sociales de uso porque resultan ofensivas para ciertos interlocutores: son palabras tabú. Al no poder usarlas en ciertos contextos comunicativos (para algunos hablantes, en ninguno de ellos), se recurre a los eufemismos, lexemas que significan lo mismo que el tabú pero que poseen una forma más amable y por ello tolerada por la sociedad.

Como se ve es un parámetro subjetivo, si bien no del individuo sino de la comunidad. Hay, por supuesto, diferencias de valoración entre sus miembros, por lo que es necesario acudir a una media.

La valoración social —positiva, neutra, negativa— que la comunidad hace de ciertas palabras, queda reflejada en el siguiente parámetro:

Prestigioso:

recámara.

I.1. f. *Mx, Pa; Ho, Ni, Co, Ec*, p.u. Dormitorio. prest.

2. Mx. Juego de muebles del dormitorio. prest.

Eufemístico:

hierba.

♣

n. || ~ **mala.** f. *PR, Ve.* Marihuana. drog.

[nivel no marcado]

Vulgar:

comemierda.

I.1. adj/sust. *CR, Cu, RD, PR, Ve.* metáf. *Referido a persona*, arrogante.

vulg; pop + cult → espon ^ desp.

Tabú:

papaya. (Del caribe).

I.1. f. *EU:E, SE. Mx, Ho, ES. Ni, Cu:O, Ec, Pe, Cb, Bo.* metáf. Vulva.

tabú; pop + cult → espon.

LOS ESTILOS LINGÜÍSTICOS

Llamamos *estilos lingüísticos* a las diversas formas de expresarse de que disponen los hablantes, según quién sea su interlocutor, cuál sea el contexto comunicativo, e incluso, sobre qué tema gire la conversación. La variación diafásica o estilística se inserta en un *continuum* que va desde un habla completamente espontánea (en la que el sujeto no presta atención a la forma de elaborar su discurso) hasta la absolutamente cuidadosa. Todo depende de si se comunica con un amigo íntimo o con personas desconocidas, sobre todo, si estas ostentan algún tipo de relieve social (científico, religioso, político, etc.).

Cada sociolecto tiene su propia variación diafásica o estilística: lo que es *espontáneo* en uno, puede ser *neutro* en otro y *esmerado* en otro. Los estilos, por lo tanto, no actúan independientemente, sino en relación con un determinado estrato sociocultural. Un lexema no puede ser calificado de usual en estilo ‘espontáneo’ o ‘esmerado’, si estas marcas no van acompañadas de otra que indique la categoría inmediatamente superior: el sociolecto al que pertenecen.

ñanguería.

I.1. f. *RD, PR*. Tontería, idiotez. pop + cult → espon ^ fest.

2. *PR*. Burla, chanza. pop + cult → espon.

A esto solo hay una excepción: aquellos casos en que la palabra se usa solo en un determinado estilo en todos los sociolectos. Aquí, el sociolecto queda neutralizado, y solo se marca el estilo:

camellar.

I.1. intr. *Mx, ES, Co; Cu, juv; CR*, p.u. Trabajar, realizar una acción de manera continuada y con esfuerzo para lograr un resultado útil. espon.

En lo relativo al estilo de lengua, los extremos del *continuum* son los siguientes:

Esmerado:

tecnicatura.

I.1. f. *Ar; Ur*. Grado universitario que se obtiene tras realizar determinados estudios de menor duración que una licenciatura. prest; cult → esm.

[Nivel no marcado]

Espontáneo:

acelere.

II.1. m. *RD*. Enojo, pérdida súbita de la paciencia.
pop + cult → espon.

PRESENCIA DE LA PRAGMÁTICA

Las marcas pragmáticas son las que indican la intención comunicativa del hablante. Solo deben señalarse las palabras que tengan ellas mismas estos valores pragmáticos, no aquellas otras a las que el hablante pueda atribuírselo ocasionalmente:

Afectuoso:

ñaña. (Del quechua).

I.3. f. *Bo; O, Py*. Hermano o hermana mayor. rur.

Despectivo:

pájaro.

I.1. m. *EU, CR, Pa, Cu, RD, Ec*. Hombre homosexual.
pop + cult → espon ^ desp.

Festivo:

agarrar.

♣

V¹.|| ~ para el chuleteo. loc. verb. *Cb.* Hacer a *alguien* víctima de bromas.

pop + cult → espon ^ fest. (**cojonal**).

Hiperbólico:

carajal.

I.1. m. *Mx, Pa, Cu, Ve.* Gran cantidad de personas o cosas aglomeradas.

vulg; pop + cult → espon ^ hiperb.

Hay ocasiones en que pueden concurrir dos marcas del mismo parámetro, como, por ejemplo, en una palabra que se use entre hablantes de niveles socio-culturales medio bajo y bajo (sin restricciones estilísticas) y hablantes de niveles medio alto y alto (pero con restricciones estilísticas y pragmáticas).

En estos casos coexisten dos marcas geolectales: *pop* + *cult*, aunque la marca *cult* resulta especificada por el estilo espontáneo: *pop* + *cult* → *espon*. Como el parámetro diafásico (estilo lingüístico) está generalmente supeditado al de estratificación sociocultural, hay muchas ocasiones en que coexisten ambas clases de marcas: *cult* → *espon*, por ejemplo, debe leerse: si el lexema se da en el sociolecto alto del espectro, entonces solo ocurre en estilo espontáneo. Si la palabra en cuestión se da en todos los estilos de un mismo estrato, solo se marca el sociolecto, por ejemplo: *pop*.

A estas marcas sociolingüísticas puede agregarse una tercera, de naturaleza pragmática: *cult* → *espon* ^ *fest* indica que la palabra se usa entre los hablantes del sociolecto alto del espectro social de la comunidad, pero solo en estilo espontáneo, y que cuando tal uso se da, los hablantes tienen una intención comunicativa enteramente festiva.

FINAL

Esperamos que estas breves páginas produzcan un renovado interés en los lexicógrafos especializados en diccionarios dialectales. Dejar este tipo de información en el tintero o, lo que es peor, acudir a ‘sistemas’ desorganizados, incompletos e inoperantes solo lleva a causar perplejidad en los usuarios y, desde luego, críticas justificadas para los autores.

NOTAS

1. La bibliografía sobre este tema puede ser clasificada de raquíta. Entre los clásicos —Zgusta (1971) y Haussman (1977)— se toca este tema apenas de pasada, y poco más hace Kipper (1985) en la década siguiente. Entre nosotros, no ha habido mejor suerte: solo Garriga (1994, 1994-1995) se ha ocupado parcialmente de estos aspectos lexicográficos, aunque solo se detiene en marcas relacionadas con el uso vulgar y despectivo. Cf. el trabajo de Fajardo (1996-1997) que ofrece una interesante panorámica de la marcación lexicográfica.

2. Una revisión puntual de la escasa bibliografía que ha producido este tema deja en claro que las diferencias entre los pocos que las manejan son importantes: que se adjudiquen las mismas marcas a parámetros diferentes es una operación no infrecuente. Un solo ejemplo, recordado recientemente por Fajardo (1996-1997: 43), nos dice que, con respecto a la marca fam[iliar], mientras que Rey (1967) la coloca entre las diastráticas, Coseriu (1981), sin embargo, lo hace entre las diafásicas.

3. Por supuesto que no faltan quienes rechazan completamente la inclusión de estas marcas (y otras) en los diccionarios, sean estos del tipo que sean; es el caso de Bourdieu (1982), argumentando que su constante variación hace imposible su sistematización en las páginas de un diccionario.

4. Los ejemplos que utilizo en este trabajo proceden todos del aún inédito *Diccionario de Americanismos* elaborado por la Asociación de Academias de la Lengua Española, que saldrá a la luz pública en marzo de 2010, tras su presentación en el V Congreso Internacional de la Lengua Española, en Valparaíso (Chile).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, Pierre (1982): *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Paris.
- Coseriu, Eugenio (1981): «Los conceptos de 'dialecto', 'nivel', y 'estilo de lengua' y el sentido propio de la dialectología», *Lingüística Española Actual* 3/1, 1-32.
- Fajardo, Alejandro (1996-1997). 'Las marcas lexicográficas: concepto y aplicación práctica en la Lexicografía española', *Revista de Lexicografía*, 3, 31-57.
- Garrigas, Cecilio (1994): «La marca vulgar en el DRAE: de *Autoridades* a 1992», *Sintagma*, 6, 5-13.
- Garrigas, Cecilio (1994-1995): «Las marcas de uso: despectivo en el DRAE», *Revista de Lexicografía*, 1, 113-148.
- Haussman, Franz Josef (1997): *Einführung in die Benutzung der neufranzösischen Wörterbücher*, Tubinga.
- Kipper, Barbara Ann (1984): *Workbook on Lexicography*, Exeter.
- Rey, Alain (1976): «Néologisme: un pseudoconcept?», *Cahiers de lexicologie*, 28, 3-17.
- Zgusta, Ladislav (1971): *Manual of Lexicography*, The Hague.