

Estereotipos sociales asociados a seis nombres propios en una muestra de cuarenta sujetos de nivel educacional superior (2)*

Gastón Salamanca Gutiérrez**,
Felipe Riffo Luengo***,
Daniela Riffo Mardonez****

RESUMEN

Este segundo artículo presenta los resultados obtenidos luego de aplicar el instrumento a sujetos de género masculino. Se concluye que, al igual que al aplicar el instrumento a sujetos de género femenino, existen estereotipos sociales muy definidos para cada uno de los nombres propuestos (Agustín, Marcelo y Jason (Yeison)). También, se concluye que las mujeres poseen mayor asertividad al momento de emitir sus juicios, lo que es compatible con los hallazgos de otras investigaciones en Sociolingüística.

Palabras clave: Estereotipos, nombres propios, Sociología del Lenguaje.

Social stereotypes associated to six names in a sample of forty subjects of higher education level (2)

ABSTRACT

This second article presents the results obtained after applying the instrument to male subjects. It concludes that, as in applying the instrument to female subjects, there are social stereotypes very defined for each of the proposed names (Augustín, Marcelo and Jason (Yeison)). It also concludes that women possess greater assertiveness when issuing their judgments, which supports the findings of other studies in Sociolinguistics.

Key words: Stereotypes, proper names, Sociology of Language.

* Este artículo constituye la segunda parte del estudio denominado "Estereotipos sociales asociados a seis nombres propios en una muestra de cuarenta sujetos de nivel educacional superior", el cual fue publicado en Foro Educativo N°23.

** Gastón Salamanca es Doctor en Lingüística, académico de la Facultad de Humanidades y Arte de la Universidad de Concepción. E-mail: gaston.salamanca@gmail.com

*** Felipe Riffo Luengo es Licenciado en Educación con Mención en Español por la Universidad de Concepción. E-mail: f.riffoluengo@gmail.com

**** Daniela Riffo Mardonez es Licenciada en Educación con Mención en Español por la Universidad de Concepción. E-mail: daniriffo@udec.cl

Introducción

Este artículo contiene la segunda parte y final del trabajo sobre los estereotipos sociales asociados a seis nombres propios en una muestra de cuarenta sujetos de nivel educacional superior. El objetivo específico que se propone es determinar el grado de asociación que 19 sujetos de género masculino establecen entre los nombres *Agustín, Marcelo* y *Jason* y las variables sociales “apariciencia”, “gustos”, “residencia” y “estudios”. El marco de referencia (que incluye los conceptos de *actitud lingüística, estereotipos lingüísticos y prestigio y estigmatización*), la metodología (que incluye el instrumento aplicado y la muestra), y las consideraciones previas para el análisis y los resultados coinciden con los que se presentan en el primer artículo y se pueden ver en detalle en él¹.

1. Tabulación de las respuestas dadas por sujetos de género masculino

1.1. Tabulación de la categoría “APARIENCIA”

1.1.1. Sub-categoría “ESTATURA”

| | | | |
|---------|---------|----------|---------|
| AGUSTÍN | | ESTATURA | |
| | ALTA | MEDIANA | BAJA |
| | 6 (60%) | 3 (30%) | 1 (10%) |
| MARCELO | | ESTATURA | |
| | ALTA | MEDIANA | BAJA |
| | 2 (18%) | 7 (64%) | 2 (18%) |
| JASON | | ESTATURA | |
| | ALTA | MEDIANA | BAJA |
| | 1 (20%) | 1 (20%) | 3 (60%) |

¹ Con el fin de facilitar la comprensión de la forma en que se obtienen los datos específicos para este artículo, en Anexo se presenta nuevamente la encuesta aplicada a los sujetos de género masculino.

Comentarios

La estatura despertó un interés relativo entre los encuestados, lo que se aprecia en el hecho de que de los diecinueve jóvenes, diez señalaron aspectos de la estatura para el nombre *Agustín*, once para el nombre *Marcelo*, y cinco para el nombre *Jason*. En esta sub-categoría, los atributos mencionados fueron: “(estatura) Alta”, “(estatura) Mediana” y “(estatura) Baja”.

En el caso del nombre *Agustín*, es interesante observar que la mayoría de los encuestados lo asoció con “(estatura) Alta”, con un 60%; un 30%, con “(estatura) Mediana”, y solo un 10% con “(estatura) Baja”. En el caso del nombre *Marcelo*, “(estatura) Alta” fue indicada solo por un 18% de los encuestados, en tanto que “(estatura) Mediana” alcanzó un 64%, lo que corresponde a la amplia mayoría de menciones en comparación con los otros dos atributos, y “(estatura) Baja” fue señalada por un 18%, al igual que en el caso de “(estatura) Alta”. Finalmente, en el caso del nombre *Jason*, es interesante constatar que sólo un 20% señaló “(estatura) Alta” y “(estatura) Mediana”, mientras que un 60% señaló “(estatura) Baja”, lo cual corresponde a la amplia mayoría de las menciones.

Nótese el descenso sistemático de los porcentajes del atributo “(estatura) Alta” desde *Agustín* hasta *Jason*, y el ascenso sistemático de los porcentajes del atributo “(estatura) Baja”, en ese mismo orden.

1.1.2. Sub-categoría “CONTEXTURA”

| AGUSTÍN | CONTEXTURA | | |
|---------|------------|---------|---------|
| | GRUESA | MEDIANA | DELGADA |
| | I (10%) | I (10%) | 8 (80%) |
| MARCELO | CONTEXTURA | | |
| | GRUESA | MEDIANA | DELGADA |
| | 4 (50%) | I (12%) | 3 (38%) |
| JASON | CONTEXTURA | | |
| | GRUESA | MEDIANA | DELGADA |
| | 0 (0%) | 2 (19%) | 9 (81%) |

Comentarios

La contextura, también, despertó un interés relativo entre los encuestados. En efecto, el nombre *Agustín* recibió diez menciones; el nombre *Marcelo*, ocho; y el nombre *Jason*, once. En esta sub-categoría, los encuestados mencionaron tres atributos: “(contextura) Gruesa”, “(contextura) Mediana” y “(contextura) Delgada”.

Para el caso del nombre *Agustín*, es interesante constatar que solo un 10% de los encuestados mencionó “(contextura) Gruesa” y “(contextura) Mediana”; la amplia mayoría, en tanto, asoció este nombre con una persona de contextura delgada, con un 80% de las menciones. En el caso del nombre *Marcelo*, el 50% lo asoció con una persona de contextura gruesa, un 38% con una persona de contextura delgada, y un 12% con una persona de contextura mediana. Finalmente, en el caso del nombre *Jason*, rompiendo en alguna medida con las expectativas, ninguno de los encuestados se inclinó por “(contextura) Gruesa”; un 19% lo asoció con contextura mediana; y un 81% mencionó “(contextura) Delgada”.

Resulta interesante constatar que en el caso de los nombres *Agustín* y *Jason* la contextura delgada alcanzó un 80% y un 81%, respectivamente. Sería interesante indagar en las razones que los sujetos tuvieron para asociar mayoritariamente un nombre prestigioso, como *Agustín*, y uno estigmatizado, como *Jason*, con contextura delgada, pues en este plano sí se pueden producir diferencias importantes.

1.1.3. Sub-categoría “COLOR DE PELO”

| AGUSTÍN | COLOR PELO | | | | |
|---------|------------|---------|----------------|-----------|--------|
| | RUBIO | CASTAÑO | NEGRO U OSCURO | PELIRROJO | TEÑIDO |
| | 4 (50%) | 3 (37%) | 1 (13%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| MARCELO | COLOR PELO | | | | |
| | RUBIO | CASTAÑO | NEGRO U OSCURO | PELIRROJO | TEÑIDO |
| | 0 (0%) | 2 (40%) | 3 (60%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| JASON | COLOR PELO | | | | |
| | RUBIO | CASTAÑO | NEGRO U OSCURO | PELIRROJO | TEÑIDO |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 1 (100%) | 0 (0%) | 0 (0%) |

Comentarios

El color de pelo fue mencionado en menor medida que las sub-categorías anteriores. En efecto, en el caso del nombre *Agustín*, fue mencionado por ocho personas; en el caso del nombre *Marcelo*, por cinco; y en el caso del nombre *Jason*, solo por una persona. En esta sub-categoría, los encuestados focalizaron tres atributos: “(pelo) Rubio”, “(pelo) Castaño” y “(pelo) Negro u Oscuro”² (“Pelirrojo” y “(pelo) Teñido” fueron considerados solo en el caso de las mujeres).

Para el caso del nombre *Agustín*, es interesante observar que la mayoría señaló el atributo “(pelo) Rubio”, con un 50%; un 37% lo asoció con “(pelo) Castaño”; y solo un 13% lo asoció con “(pelo) Negro u Oscuro”. Para el caso del nombre *Marcelo*, es interesante que los encuestados no consideraron el atributo “(pelo) Rubio”; el atributo “(pelo) Castaño” logró un 40%, y “(pelo) Negro u Oscuro” fue mencionado por un 60%, convirtiéndose en el atributo con el mayor número de menciones. Finalmente, es interesante observar que el nombre *Jason* se asoció exclusivamente con “(pelo) Negro u Oscuro” (100% de las menciones).

1.1.4. Subcategoría “VESTIMENTA”

| | | | | | | |
|---------|---------|----------------|---------|-------------------|------------|---------------|
| AGUSTÍN | | ROPA | | | | |
| | CARA | NADA LLAMATIVA | FORMAL | NI FLAITE NI CARA | ROPA ANCHA | ROPA DE MARCA |
| | I (50%) | I (50%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| MARCELO | | ROPA | | | | |
| | CARA | NADA LLAMATIVA | FORMAL | NI FLAITE NI CARA | ROPA ANCHA | ROPA DE MARCA |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | I (50%) | I (50%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| JASON | | ROPA | | | | |
| | CARA | NADA LLAMATIVA | FORMAL | NI FLAITE NI CARA | ROPA ANCHA | ROPA DE MARCA |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 2 (67%) | 1 (33%) |

² Recuérdese que “Pelirrojo” y “(pelo) Teñido” fueron mencionados solo por los sujetos de género femenino.

Comentarios

La sub-categoría “*Ropa*” fue considerada de manera menos prominente si la comparamos con las respuestas de las mujeres y con las sub-categorías anteriores. En efecto, de las diecinueve personas encuestadas, solamente dos mencionaron la ropa en el caso de los nombres *Agustín* y *Marcelo*; mientras que tres lo hicieron para el caso del nombre *Jason*. En esta sub-categoría, los encuestados focalizaron seis atributos: “(ropa) Cara”, “(ropa) Nada llamativa”, “(ropa) Formal”, “(ropa) Ni flaute ni cara”, “(ropa) Ancha” y “(ropa) De marca”.

Para el caso del nombre *Agustín*, es interesante observar que las menciones se repartieron equitativamente entre “(ropa) Cara” y “(ropa) Nada llamativa”, con un 50%. En el caso del nombre *Marcelo*, las menciones, también, se repartieron de manera equitativa, aunque con un 50% para “(ropa) Formal”, y otro 50% para “(ropa) Ni flaute ni cara”. Finalmente, en el caso del nombre *Jason*, es interesante advertir que las menciones se repartieron entre “(ropa) Ancha”, con un 67%, y “(ropa) De marca”, con un 33%.

1.1.5. Sub-categoría “COLOR DE PIEL”

| AGUSTÍN | PIEL | |
|---------|----------|---------|
| | MORENA | BLANCA |
| | 1 (33%) | 2 (67%) |
| MARCELO | PIEL | |
| | MORENA | BLANCA |
| | 4 (67%) | 2 (33%) |
| JASON | PIEL | |
| | MORENA | BLANCA |
| | 8 (100%) | 0 (0%) |

Comentarios

La sub-categoría “*Color de Piel*” fue considerada por un número mayor de personas encuestadas, en comparación con la sub-categoría anterior (“*Ropa*”), aunque no alcanza los resultados de “*Contextura*” y “*Estatura*”. En efecto, de las diecinueve personas encuestadas, en el caso del nombre *Agustín*, tres personas mencionaron el color de piel

como un aspecto relevante de la apariencia; en el caso del nombre *Marcelo*, seis personas consideraron este aspecto; y en el caso del nombre *Jason*, ocho personas lo consideraron relevante. En esta sub-categoría, los encuestados mencionaron dos atributos: “(piel) Morena” y “(piel) Blanca”.

En el caso del nombre *Agustín*, es interesante observar que un 67% lo asoció con “(piel) Blanca”, mientras que un 33% lo asoció con “(piel) Morena”. Para el caso del nombre *Marcelo*, los resultados fueron inversos, pues un 67% lo asoció con “(piel) Morena” y un 33% con “(piel) Blanca”. Finalmente, es interesante observar que el nombre *Jason* fue asociado en un 100% con “(piel) Morena”.

1.1.6. Sub-categoría “ASPECTO”

| AGUSTÍN | ASPECTO | | |
|---------|-----------|---------|----------|
| | LLAMATIVO | NORMAL | ORDENADO |
| | 0 (0%) | I (50%) | I (50%) |
| MARCELO | ASPECTO | | |
| | LLAMATIVO | NORMAL | ORDENADO |
| | 0 (0%) | 5 (83%) | I (17%) |
| JASON | ASPECTO | | |
| | LLAMATIVO | NORMAL | ORDENADO |
| | 0 (0%) | I (50%) | I (50%) |

Comentarios

En la categoría “*Apariencia*”, también, fue considerada la sub-categoría “*Aspecto*”, aunque no se releva con una cantidad prominente de menciones. En efecto, en el caso del nombre *Agustín*, esta sub-categoría fue considerada solo por dos personas; en el caso del nombre *Marcelo*, por seis; y en el caso del nombre *Jason*, por dos personas, al igual que en el caso del nombre *Agustín*. En esta sub-categoría, los encuestados mencionaron tres atributos: “(aspecto) Llamativo”, “(aspecto) Normal” y “(aspecto) Ordenado”.

Para el caso del nombre *Agustín*, las menciones se repartieron entre “(aspecto) Normal” y “(aspecto) Ordenado”, con un 50% para cada uno. En el caso del nombre *Marcelo*, los resultados fueron menos

homogéneos, ya que “(aspecto) Normal” obtuvo un 83% de las respuestas –convirtiéndose así en el atributo con mayor número de menciones– y “(aspecto) Ordenado” alcanzó el 17% restante. Llama la atención, por último, y rompe en cierta medida con las expectativas, que los resultados del nombre *Jason* coincidan con los del nombre *Agustín*, pues el 50% lo asoció con “(aspecto) Normal” y el otro 50% con “(aspecto) Ordenado”.

1.2. Tabulación de la categoría “GUSTOS”

1.2.1. Sub-categoría “PASATIEMPOS”

| AGUSTÍN | | | | | |
|---------|--------------|----------|---------------|-----------|---------------|
| | CANTAR | BAILAR | SALIR | TV O CINE | LEER |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 1 (17%) | 2 (32%) | 0 (0%) |
| | MANUALIDADES | COCINA | ENSEÑAR | AYUDAR | INTERNET O PC |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | JUGAR | COMPRAR | POLOLEAR | ANIMALES | HABLAR |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 1 (17%) | 1 (17%) |
| | TOCAR VIOLÍN | MOLESTAR | CHISMES | FIESTAS | TRABAJAR |
| | 1 (17%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | ESTUDIAR | AUTOS | POWER RANGERS | VICIOS | LUJO |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |

| MARCELO | | | | | |
|---------|--------------|----------|---------------|-----------|---------------|
| | CANTAR | BAILAR | SALIR | TV O CINE | LEER |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 3 (33%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | MANUALIDADES | COCINA | ENSEÑAR | AYUDAR | INTERNET O PC |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | JUGAR | COMPRAR | POLOLEAR | ANIMALES | HABLAR |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | TOCAR VIOLÍN | MOLESTAR | CHISMES | FIESTAS | TRABAJAR |
| | 0 (0%) | 1 (11%) | 1 (11%) | 2 (23%) | 1 (11%) |
| | ESTUDIAR | AUTOS | POWER RANGERS | VICIOS | LUJO |
| | 1 (11%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |

| | | | | | |
|-------|--------------|----------|---------------|-----------|---------------|
| JASON | | | | | |
| | CANTAR | BAILAR | SALIR | TV O CINE | LEER |
| | 0 (0%) | I (14%) | I (14%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | MANUALIDADES | COCINA | ENSEÑAR | AYUDAR | INTERNET O PC |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | I (14%) |
| | JUGAR | COMPRAR | POLOLEAR | ANIMALES | HABLAR |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | TOCAR VIOLÍN | MOLESTAR | CHISMES | FIESTAS | TRABAJAR |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | ESTUDIAR | AUTOS | POWER RANGERS | VICIOS | LUJO |
| | 0 (0%) | I (14%) | I (14%) | I (14%) | I (14%) |

Comentarios³

Como se observa, la sub-categoría “Pasatiempos” presenta una amplia gama de atributos. En el nombre *Agustín*, el pasatiempo “Tv o Cine” fue mencionado por un 32%, número elevado, si consideramos que en los otros dos nombres (*Marcelo y Jason*) no fue mencionado. Mismo caso se aprecia en “Tocar Violín”, que en *Agustín* recibió un 17% de las menciones y ninguna en los otros dos nombres. Finalmente, es interesante observar que en el caso del nombre *Jason* fueron considerados los pasatiempos “Bailar”, “Vicios”, “Lujo”, “Autos” y “Power Rangers”, con un 14% cada uno, mientras que en *Agustín* y *Marcelo* estos no fueron mencionados.

1.2.2. Sub-categoría “MÚSICA”

| | | | | | |
|---------|-----------|---------|---------|-------------|-----------------|
| AGUSTÍN | | | | | |
| | EN INGLÉS | POP | REGGAE | ROMÁNTICA | EN ESPAÑOL |
| | I (9%) | 2 (18%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | BAILABLE | CHILENA | ROCK | CUMBIA | HIP HOP |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 2 (18%) | I (9%) | 0 (0%) |
| | CLÁSICA | REGGAE | METAL | ELECTRÓNICA | SIN ESPECIFICAR |
| | I (9%) | I (9%) | 0 (0%) | I (9%) | 2 (18%) |

³ Cabe señalar que si bien las actividades “trabajar” y “estudiar” podrían no ser consideradas como pasatiempos, sí fueron mencionadas por los encuestados en este contexto, por lo cual decidimos incluirlas.

| MARCELO | | | | | |
|---------|-----------|---------|-----------|-------------|-----------------|
| | EN INGLÉS | POP | REGGEATON | ROMÁNTICA | EN ESPAÑOL |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | BAILABLE | CHILENA | ROCK | CUMBIA | HIP HOP |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 1 (20%) | 1 (20%) | 0 (0%) |
| | CLÁSICA | REGGAE | METAL | ELECTRÓNICA | SIN ESPECIFICAR |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 1 (20%) | 0 (0%) | 2 (40%) |

| JASON | | | | | |
|-------|-----------|---------|-----------|-------------|-----------------|
| | EN INGLÉS | POP | REGGEATON | ROMÁNTICA | EN ESPAÑOL |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 4 (31%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| | BAILABLE | CHILENA | ROCK | CUMBIA | HIP HOP |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 7 (53%) | 1 (8%) |
| | CLÁSICA | REGGAE | METAL | ELECTRÓNICA | SIN ESPECIFICAR |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 1 (8%) |

Comentarios

La sub-categoría “*Música*” fue mencionada por un número importante de personas encuestadas. En efecto, de los diecinueve jóvenes consultados, once la mencionaron para el nombre *Agustín*; cinco, para el nombre *Marcelo*; y trece para el nombre *Jason*.

Para el caso del nombre *Agustín* “(música) *Pop*”, “(música) *Rock*” y “(música) Sin Especificar” encabezan el porcentaje de menciones, con un 18%. Le siguen “(música) en inglés”, “(música) Clásica”, “*Reggae*”, “(música) Electrónica” y “Cumbia”, con un 9%. Para el caso del nombre *Marcelo*, los atributos expuestos fueron “(música) *Rock*”, “Cumbia” y “(música) Metal”, con un 20% cada uno, y “Sin Especificar”, con un 40%. Como se observa, estos porcentajes son mucho más compactos y no tan variados como los anteriores. Finalmente, en el caso del nombre *Jason*, es interesante observar que los atributos mencionados fueron “Cumbia”, con un 53% “*Reggeaton*”, con un 31%; y “*Hip Hop*” y “Sin Especificar”, con un 8%.

Nótese que en el caso del nombre *Jason*, “Cumbia” y “*Reggeaton*” concentran el 84% de las menciones, mientras que en los otros nombres estos atributos solo representan el 20% —en el nombre *Marcelo*— y el 9% —en el nombre *Agustín*.

1.2.3. Sub-categoría “COMIDA”

Como mencionamos en el artículo anterior, esta sub-categoría fue considerada por las mujeres, pero no por los hombres.

1.3. Tabulación de la categoría “RESIDENCIA”

1.3.1 Sub-categoría “LUGAR DE RESIDENCIA”

| | | | | | |
|---------|----------|--------|--------|--------|-----------|
| AGUSTÍN | | | | | |
| | Ciudad | Pueblo | Villa | Campo | Población |
| | 15 (94%) | 1 (6%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) |
| MARCELO | | | | | |
| | Ciudad | Pueblo | Villa | Campo | Población |
| | 11 (79%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 3 (21%) |
| JASON | | | | | |
| | Ciudad | Pueblo | Villa | Campo | Población |
| | 6 (50%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 6 (50%) |

Comentarios

La sub-categoría “*Lugar de residencia*” fue considerada por un número importante de personas encuestadas, en comparación con las otras descritas anteriormente. En efecto, de las diecinueve personas encuestadas, dieciséis la mencionaron para el nombre *Agustín*; catorce, para el nombre *Marcelo*; y doce, para el nombre *Jason*. En esta sub-categoría, los encuestados se refirieron a cinco atributos: “Ciudad”, “Villa”, “Pueblo”, “Campo” y “Población”.

Para el caso del nombre *Agustín*, resulta interesante observar que una amplia mayoría lo relacionó con una residencia en la ciudad (94%), y solo el 6% lo vinculó con “Pueblo”. En el caso del nombre *Marcelo*, un elevado 79% de las personas encuestadas consideró que quienes llevan este nombre viven en la ciudad, mientras que un 21% consideró que viven en una población. Para el caso del nombre *Jason*, resulta interesante observar que los porcentajes se repartieron equitativamente entre “Ciudad” (50%) y “Población” (50%).

Nótese que el mayor número de menciones en todos los casos fue para “Ciudad”, lo cual es particularmente claro en los nombres *Agustín*

y *Marcelo*, con un 94% y 79%, respectivamente. Por otro lado, se destaca que el nombre *Agustín* no tenga asociación con “Población” y que el nombre *Jason* la tenga en un 50%.

1.3.2. Sub-categoría “CLASE SOCIAL DEL SECTOR DE RESIDENCIA”

| | | | |
|---------|----------|---------|----------|
| AGUSTÍN | | | |
| | BAJA | MEDIA | ALTA |
| | 0 (0%) | 1 (8%) | 12 (92%) |
| MARCELO | | | |
| | BAJA | MEDIA | ALTA |
| | 1 (8%) | 9 (75%) | 2 (17%) |
| JASON | | | |
| | BAJA | MEDIA | ALTA |
| | 10 (63%) | 5 (31%) | 1 (6%) |

Comentarios

La sub-categoría “Clase social del sector de residencia”, también, tuvo una alta consideración. En efecto, en el caso del nombre *Agustín*, 13 sujetos la mencionaron; en el caso del nombre *Marcelo*, 12; y en el caso de *Jason*, 16. En esta sub-categoría, los encuestados mencionaron tres atributos: “(clase) Baja”, “(clase) Media” y “(clase) Alta”.

Para el caso del nombre nombre *Agustín*, resulta interesante observar que el atributo “(clase) Baja” no obtuvo ninguna mención; “(clase) Media” obtuvo un 8%; mientras que “(clase) Alta” obtuvo un altísimo 92%. En el caso del nombre *Marcelo*, la mayoría de los encuestados consideró que quienes llevan este nombre residen en sectores que pertenecen a la “(clase) Media” (75%); “(clase) Alta” obtuvo un 17%; y “(clase) Baja”, un 8%. En el caso del nombre *Jason*, resulta interesante observar que el atributo “(clase) Baja” se eleva notoriamente (63%) con respecto a los otros dos nombres, mientras que “(clase) Alta” desciende a un exiguo 6%.

1.4. Tabulación de la categoría “ESTUDIOS”

1.4.1. Sub-categoría “NIVEL DE ESTUDIOS”

| | | | | |
|---------|---------|------------|----------|------------|
| AGUSTÍN | | | | |
| | Básico | Secundario | Superior | No estudia |
| | 2 (25%) | 0 (0%) | 6 (75%) | 0 (0%) |
| MARCELO | | | | |
| | Básico | Secundario | Superior | No estudia |
| | 0 (0%) | 2 (25%) | 6 (75%) | 0 (0%) |
| JASON | | | | |
| | Básico | Secundario | Superior | No estudia |
| | 2 (15%) | 3 (21%) | 3 (21%) | 6 (43%) |

Comentarios

En el caso del nivel educacional de los sujetos asociados con los nombres *Agustín*, *Marcelo* y *Jason*, la cantidad de menciones es relativamente importante. En efecto, *Agustín* y *Marcelo* recibieron ocho menciones, mientras que el nombre *Jason* recibió 14. En esta sub-categoría los atributos mencionados fueron “(nivel) Básico”, “(nivel) Secundario”, “(nivel) Superior” y “No estudia”.

El nombre *Agustín* presenta “(nivel) Superior” como el nivel educacional mayoritario, con un elevado 75%; en tanto que “(nivel) Básico” recibe el 25% de las menciones restantes. Para el nombre *Marcelo*, el nivel que predomina, también, es “(nivel) Superior”, el cual, al igual que en el caso anterior, obtiene un 75% de las menciones; la diferencia radica en que “(nivel) Secundario” obtiene el segundo lugar con un 25%. El nombre *Jason* presentó un atributo más que los nombres anteriores: “No estudia”; los atributos “(nivel) Secundario” y “(nivel) Superior” alcanzaron tres preferencias cada uno, con un 21%. Este último dato es interesante, porque se distancia de manera importante del 75% que obtiene este atributo en los nombres *Agustín* y *Marcelo*. Otro dato a considerar es que la mayor cantidad de menciones en el caso del nombre *Jason* la obtuvo el atributo “No estudia” con un 43%, mientras que en los otros nombres este atributo no obtuvo menciones.

1.4.2. Sub-categoría “TIPO DE ESTABLECIMIENTO”

| AGUSTÍN | TIPO DE COLEGIO | | |
|---------|-----------------|----------|---------|
| | PÚBLICO | PART SUV | PRIVADO |
| | I (11%) | 0 (0%) | 8 (89%) |
| MARCELO | TIPO DE COLEGIO | | |
| | PÚBLICO | PART SUV | PRIVADO |
| | I (17%) | 4 (64%) | I (17%) |
| JASON | TIPO DE COLEGIO | | |
| | PÚBLICO | PART SUV | PRIVADO |
| | 8 (100%) | 0 (0%) | 0 (0%) |

| AGUSTÍN | TIPO DE UNIVERSIDAD | | INSTITUTO |
|---------|---------------------|---------|-------------|
| | TRADICIONAL | PRIVADA | PROFESIONAL |
| | I (17%) | 5 (83%) | 0 (0%) |
| MARCELO | TIPO DE UNIVERSIDAD | | INSTITUTO |
| | TRADICIONAL | PRIVADA | PROFESIONAL |
| | 4 (80%) | I (20%) | 0 (0%) |
| JASON | TIPO DE UNIVERSIDAD | | INSTITUTO |
| | TRADICIONAL | PRIVADA | PROFESIONAL |
| | 0 (0%) | 0 (0%) | 6 (100%) |

Comentarios

En el tipo de colegio, para el nombre *Agustín*, es destacable el amplio predominio del atributo “(colegio) Privado”, con un 89%; le sigue “(colegio) Público”, con el restante 11%. Para el nombre *Marcelo*, el 66% mencionó “(colegio) Particular subvencionado”, mientras que “(colegio) Público” y “(colegio) Privado” presentaron un 17%. En el caso del nombre *Jason*, es notable que las ocho personas (100%) indicaron “(colegio) Público”.

Por otro lado, algunos de los encuestados vincularon el “*Tipo de Establecimiento*” con un nivel de educación superior. En el caso del nombre *Agustín*, es interesante observar que un altísimo 83% lo asoció con “(universidad) Privada”, mientras que el 17% restante indicó “(universidad) Tradicional”. En el caso del nombre *Marcelo*, un 80% mencionó “Universidad tradicional”, y un 20%, “Universidad

Privada”. Finalmente, es destacable que en el caso del nombre *Jason* las seis personas (100%) mencionaron “Instituto Profesional”.

Conclusiones

En primer lugar, podemos afirmar que los objetivos propuestos al comenzar este trabajo se cumplieron, pues se logró determinar el grado de asociación que los sujetos establecieron entre los nombres propios presentados y las variables sociales establecidas (“apariencia”, “gustos”, “residencia” y “estudios”).

Cabe mencionar que para cada uno de los nombres propuestos existían expectativas de asociación, planteadas en términos de lo que se puede etiquetar como un *juicio de expertos*, por el trabajo constante con la lengua y su vínculo con la sociedad de quienes los emitieron. Así, por ejemplo, en el caso del nombre *Julieta*, en la categoría “Apariencia”, sub-categoría “Estatura”, la expectativa de respuesta mayoritaria era “(estatura) Alta”; para el nombre *Sandra*, “(estatura) Mediana”; y para el nombre *Shirley*, “(estatura) Baja”. En el caso de los hombres, en la categoría “Apariencia”, sub-categoría “Aspecto”, las expectativas de respuesta eran: para el nombre *Agustín*, “(aspecto) Ordenado”; para el nombre *Marcelo*, “(aspecto) Normal”; y para el nombre *Jason*, “(aspecto) Llamativo”. En la gran mayoría de los casos, estas expectativas sintonizaron totalmente con las respuestas de los sujetos (85,7% en el caso de las mujeres y 69,2% en el caso de los hombres) y en los demás fueron cumplidas de forma parcial o, en menor medida, no se cumplieron.

Es importante subrayar que las subcategorías y atributos surgieron a partir de las respuestas espontáneas de los sujetos encuestados, los cuales solo 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 informa que lo que el sujeto encuestado plasma en sus respuestas es aquello que está disponible de manera expedita en su conciencia sociolingüística y no solo aquello que está dentro de lo que el investigador estima cubre las respuestas posibles (lo que ocurriría al elicitar dichas respuestas a través de una pregunta cerrada).

Otro aspecto relevante que arrojó este estudio, y que coincide con los precedentes bibliográficos, es que las mujeres son más asertivas en sus respuestas, por lo que es posible afirmar que los sujetos del género femenino aplican de manera más categórica los estereotipos sociales, aunque los hombres de igual modo presentan un porcentaje importante. Esto reafirma lo dicho por Tassara (1992), quien señala que son las mujeres y los jóvenes quienes emiten de manera más drástica sus juicios sobre aspectos referidos a la lengua.

Por otra parte, resulta evidente que los sujetos encuestados tienen clara conciencia de que determinados nombres despliegan una serie de asunciones culturales que se les atribuyen a quienes los portan⁴. No es casual, en efecto, por citar solo algunos casos, que el 60% de los encuestados asocie el nombre *Agustín* con una estatura alta, mientras que el mismo porcentaje estime que la estatura de quien porta el nombre *Jason* es baja; que un 67% asocie el nombre *Agustín* con sujetos cuyo color de piel es blanca, mientras que un 80% asocia el nombre *Jason* con un color de piel morena; que un 84% asocie el nombre *Jason* con cumbia y *reggeaton*, mientras que estos ritmos prácticamente no son nombrados cuando se pone en foco el nombre *Agustín*; que un 50% asocie el nombre *Jason* con la residencia en una población, mientras que dicho lugar ni siquiera es mencionado cuando se trata del nombre *Agustín*.

En un ámbito tan contingente como el educacional, es interesante constatar que un 75% de los encuestados asocia el nombre *Agustín* con sujetos que han cursado o cursan estudios superiores y que ninguno plantee la posibilidad de que el sujeto que porta este nombre no estudie, mientras que en el caso del nombre *Jason* un 43% señala que no estudia. No es atribuible al azar, tampoco, que un 89% asocie el nombre *Agustín* con un colegio privado, mientras que el 100% asocia el nombre *Jason* con un colegio público; que el 100% de los sujetos asocie el nombre *Jason* con un instituto profesional y que nadie mencione un centro de estudios de este tipo cuando se focaliza el nombre *Agustín* (el 83% lo asocia, en cambio, con una universidad

⁴ Ejemplificamos solo con nombres masculinos, porque son los que se ponen en foco en este artículo.

privada). Finalmente, en uno de los ítemes más elocuentes, el 92% asocia el nombre Agustín con clase alta, mientras que el 63% asocia el nombre *Jason* con clase baja.

Un punto central a considerar aquí es que estos estereotipos se configuran socialmente, entre otros factores, por las asimetrías sociales enormemente pronunciadas de un país como Chile. En este contexto, se puede visualizar que la discriminación que se produce desde las clases sociales más privilegiadas respecto de las menos privilegiadas no solo 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), etc., 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 solo anecdóticas o inocuas, sino que pueden estar asociadas a 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 solo hecho de llevar este nombre. En este sentido, se considera que estudiar los estereotipos asociados a los nombres propios es seguir descubriendo la sociedad particularmente asimétrica.

Por último, dos proyecciones que se plantean a partir de este estudio son las siguientes: a) realizar un estudio similar en el ámbito rural, para pesquisar similitudes y diferencias con el ámbito urbano; y b) realizar un estudio similar con rangos etarios inferiores (estudiantes de Enseñanza Básica y Enseñanza Media, por ejemplo), con el fin de aproximarse a los períodos en que se empiezan a manifestar y consolidar los estereotipos sociales visibles en el lenguaje.

Referencias bibliográficas

Aguirre, V. & Mella, P. (2012). *Prestigio y estigmatización de 30 nombres propios en 30 sujetos de nivel educacional superior (Universitario)*. (Tesis para optar al grado de Licenciado en Educación con Mención en Español). Universidad de Concepción, Concepción, Chile.

- Fasold, R. (1996). *La sociolingüística de la sociedad. Introducción a la sociolingüística*. Madrid: Visor Libros.
- Figueroa, M. (2011). *El eje oclusión/fricción en el sistema sociofónico del castellano de Chile*. (Tesis para optar al grado de Magíster en Lingüística). Universidad de Concepción, Concepción, Chile.
- Lastra, Y. (1992). *Sociolingüística para hispanoamericanos*. México: El Colegio de México.
- Millán, M. & Rodríguez, C. (2011). *Prestigio y estigmatización de 30 nombres propios en 44 sujetos de estrato sociocultural bajo*. (Tesis para optar al grado de Licenciado en Educación con Mención en Español). Universidad de Concepción, Concepción, Chile.
- Moreno-Fernández, F. (1990). *Metodología sociolingüística*. Madrid: Gredos
- Pereira, L. (2012). *Prestigio y estigmatización de 30 nombres propios en 40 sujetos de estrato sociocultural medio-alto*. (Tesis para optar al grado de Licenciado en Educación con mención en Español). Universidad de Concepción, Concepción, Chile.
- Salamanca, G. & Pereira, L. (2013). Prestigio y estigmatización de 60 nombres propios en 40 sujetos de nivel educacional superior. *Universum*, en prensa.
- Silva-Corvalán, C. (2001). *Sociolingüística y pragmática del español*. Washington D.C.: Georgetown University Press.
- Sociedad Bíblica (2006). *Santa Biblia. Letra Grande*. Brasil: Sociedades Bíblicas Unidas.
- Tassara, G. (1992). Actitudes lingüísticas ante la variación de /č/. *Revista de Lingüística Teórica y aplicada*, 30, 263-271.
- Trapero, M. (1996). Sobre la capacidad semántica del nombre propio. *El Museo canario LI*, 337-357.
- Valdivieso, H. (1983). Prestigio y estigmatización: Factor determinante en la enseñanza institucionalizada de la lengua materna. *Revista de Lingüística Teórica y aplicada*, 21, 137-142.

Anexos

Encuesta

Te agradecemos de antemano por responder esta encuesta, la cual es anónima y contribuye a la formulación de un seminario de título de pregrado.

Carrera: _____ **Edad:** _____

- a) ¿Con cuáles de los siguientes nombres crees que tus amigos se reirían de ti o te molestarían?, ¿y con cuáles piensas que te considerarían más o serías más popular? Selecciona 6 para cada categoría. Marca aquéllos con los cuales crees que serías bien visto con un ✓ y aquéllos con los cuales crees que se reirían de ti, con una X.

| | | | | | | |
|-----------|-----------|---------|----------|---------|-----------|--|
| Cristóbal | Máximo | Jason | Héctor | Tomás | Jordan | |
| Alonso | Jeremy | Andrés | Rodrigo | Kevin | Joaquín | |
| Malcom | Alejandro | Michael | Justin | Agustín | Ignacio | |
| Pablo | León | Claudio | Mauricio | Brian | Sebastián | |
| Daniel | Byron | Harry | Felipe | Marcelo | Martín | |

- b) ¿Puedes proponer 2 nombres más para las dos categorías? (uno de ellos, si quieres, puedes tomarlo de la tabla anterior).

Me molestarían también con los nombres:

1) _____, 2) _____.

Sería bien visto también con los nombres:

1) _____, 2) _____.

- a) ¿Cuáles de estos nombres relacionas con un nivel social alto y cuáles con un nivel social bajo? Selecciona 6 y ubícalos en cada columna según corresponda.

Nombres de hombres:

| | | | | | | | |
|-----------|-----------|--------|---------|----------|---------|---------|-----------|
| Cristóbal | Daniel | León | Michael | Rodrigo | Tomás | Marcelo | Sebastián |
| Alonso | Máximo | Byron | Claudio | Justin | Kevin | Jordan | Martín |
| Malcom | Jeremy | Jason | Harry | Mauricio | Agustín | Joaquín | |
| Pablo | Alejandro | Andrés | Héctor | Felipe | Brian | Ignacio | |

| NIVEL ALTO | NIVEL BAJO |
|------------|------------|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |
| 4. | 4. |
| 5. | 5. |
| 6. | 6. |

- b) ¿Puedes proponer 2 nombres más para las dos categorías? (uno de ellos, si quieres, puedes tomarlo de las tablas desde las cuales escogiste los nombres anteriormente).

Relaciono, también, con estrato bajo, los nombres masculinos:

1) _____, 2) _____.

Relaciono, también, con estrato alto, los nombres femeninos:

1) _____, 2) _____.

- a) A partir de la lista de nombres que a continuación aparecen, selecciona 6 y ordena según tu preferencia para colocarle a tus hijos, 3 para hombre y 3 para mujer. Además elige 6 nombres que NO le pondrías a tus hijos, 3 para hombre y 3 para mujer.

NOMBRES PARA HOMBRE

| | | | | | |
|-----------|-----------|---------|----------|---------|-----------|
| Cristóbal | Máximo | Jason | Héctor | Tomás | Jordan |
| Alonso | Jeremy | Andrés | Rodrigo | Kevin | Joaquín |
| Malcom | Alejandro | Michael | Justin | Agustín | Ignacio |
| Pablo | León | Claudio | Mauricio | Brian | Sebastián |
| Daniel | Byron | Harry | Felipe | Marcelo | Martín |

NOMBRES PARA MUJER

| | | | | | |
|-----------|----------|--------------------|----------|---------|---------|
| Alejandra | Sharon | Fabiola | Ignacia | Martina | Claudia |
| Isidora | Joselyn | M ^a Paz | Carolina | Andrea | Melany |
| Shirley | Sofía | Nayareth | Maryori | Cecilia | Carla |
| Antonia | Agustina | Yamileth | Daniela | Britney | Julieta |
| Josefa | Paulina | Matilde | Yaritza | Natalia | Melody |

IMPORTANTE:

Debes poner el nombre que más te gusta en el N° 1 de la primera tabla, y el que menos te gusta en el N° 3 de la segunda tabla, y continuar de forma decreciente en las casillas que siguen hasta completar los 12 nombres.

| NOMBRES QUE PREFERIRÍA | |
|------------------------|----------------|
| Si fuese hombre | Si fuese mujer |
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |

| NOMBRES QUE NUNCA ELEGIRÍA | |
|----------------------------|----------------|
| Si fuese hombre | Si fuese mujer |
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |

- b) ¿Puedes proponer 3 nombres más que tú elegirías para colocarle a tus hijos y 3 que por ningún motivo lo harías? (uno de ellos, si quieres, puedes tomarlo de las tablas desde las cuales escogiste los nombres anteriormente).

Si mi hijo fuera hombre, también podría colocarle:

1) _____, 2) _____, 3) _____.

Si mi hija fuera mujer, también podría colocarle:

1) _____, 2) _____, 3) _____.

Si mi hijo fuera hombre, por ningún motivo le pondría:

1) _____, 2) _____, 3) _____.

Si mi hija fuera mujer, por ningún motivo le pondría:

1) _____, 2) _____, 3) _____.

Imagina personas que lleven estos nombres y describe: a) su probable apariencia física, b) sus eventuales gustos, c) dónde vivirían y d) dónde estudiarían.

Agustín

a) _____.

b) _____.

c) _____.

d) _____.

Marcelo

a) _____.

b) _____.

c) _____.

d) _____.

Jason

a) _____.

b) _____.

c) _____.

d) _____.

b) ¿Puedes proponer tú dos nombres más, que se ajusten a las descripciones que has hecho?

La descripción que hice para el nombre Agustín también valdría para los nombres

1) _____ y 2) _____.

La descripción que hice del nombre Marcelo también valdría para los nombres

1) _____ y 2) _____.

La descripción que hice del nombre Jason también valdría para los nombres

1) _____ y 2) _____.

Finalmente: ¿Cuáles crees tú que son los factores que influyen para que un nombre sea considerado “bonito” o “feo”?

Para que sea considerado bonito:

Para que sea considerado feo:

¡Muchas gracias por tu colaboración!