

ASPECTOS ESTILÍSTICOS Y SOCIOPRAGMÁTICOS DEL CONCEPTO DE PRESTIGIO ENCUBIERTO

Adriana Mitkova
Universidad de Sofía “San Clemente de Ohrid”

STYLISTIC AND SOCIOPRAGMATIC ASPECTS OF THE CONCEPT OF COVERT PRESTIGE

Adriana Mitkova
St. Kliment Ohridski University of Sofia

The article views the concept of prestige from a pragmatic–discursive point of view, which means its manifestations are studied on a verbal interaction level. Prominence is given to some aspects of the sociocultural context and characteristics of the communicative situation, such as domains of communication, social identity of participants in specific communicative interactions. An attempt is made to find connections between covert prestige and concepts such as social identity, stylistic variation, verbal politeness, face, affiliation and group solidarity.

Key words: covert prestige, social identity, stylistic variation, face, affiliation

1. En sociolingüística, el término *prestigio* se suele interpretar como la valoración positiva que reciben las formas lingüísticas socialmente reconocidas y aceptadas como normativas y modélicas por los miembros de una comunidad de habla y cuyo uso, generalmente, se asocia a los individuos de nivel sociocultural alto y medio alto. El prestigio está íntimamente ligado al concepto de *actitud lingüística*, que, según Moreno Fernández, es una manifestación de la actitud social de los individuos referida tanto a la lengua como al uso que de ella se hace (Moreno Fernández 1998: 179 – 180), y lo define como «un proceso de concesión de estima y respeto hacia individuos o grupos que reúnen ciertas características y que lleva a la imitación de las conductas y creencias de esos individuos o grupos» (*ibid.* 1998: 187). Una reacción social favorable

o desfavorable puede ser provocada por las variantes de una variable, por las distintas variedades lingüísticas (sociolectos, dialectos geográficos, idiolectos, variedades mixtas, etc.) o por una lengua en situación de contacto con otra u otras.

2. El concepto de *prestigio encubierto* nace y se desarrolla en el seno de la sociolingüística variacionista a partir de dos investigaciones: una, hecha por William Labov en Nueva York (1966), y otra, por Peter Trudgill en Norwich (1974a). Ambos autores llevan a cabo estudios cuantitativos sobre la covariación de rasgos fonético-fonológicos y factores sociales como la clase social, la edad y el sexo y sobre la distribución situacional de las distintas pronunciaciones, y llegan a conclusiones muy similares: el uso de las variantes estándar aumenta en función del nivel sociocultural de los hablantes y el grado de formalidad del contexto. Observan, además, que las mujeres suelen atenerse a las pronunciaciones normativas y prestigiosas más que los hombres de su misma clase social.

Apoyándose en los datos de un test de autoevaluación en el que los informantes tienen que valorar en qué medida utilizan formas lingüísticas prestigiosas, Trudgill (1972) nota en las mujeres la tendencia a sobrestimar su uso de variantes estándar, mientras que los hombres declaran utilizarlas menos de lo que realmente hacen. En su intento de explicar este fenómeno, el investigador sugiere la existencia de un tipo especial de prestigio, un *prestigio encubierto* (*covertprestige*) que, a diferencia del *prestigio abierto* (*overtprestige*), propio de la variedad estándar abiertamente reconocida como correcta por toda la comunidad de habla, se refiere a los valores ocultos que se asocian a usos lingüísticos que no se ajustan a la norma, o que pertenecen a una variedad no estándar (1972: 183).

De esta manera se demuestra que el prestigio lingüístico no siempre está determinado por la corrección y la evaluación positiva por parte de toda la comunidad de habla. Existen también variantes y variedades lingüísticas que, si bien se apartan de la norma establecida y socialmente aceptada, se relacionan con la identidad de determinado grupo social, tienen valor positivo solo entre sus miembros y son consideradas por sus hablantes como más apropiadas que las variedades estándares para expresar solidaridad grupal. Se ha convertido en un ejemplo clásico el fenómeno ya observado por Trudgill: por lo general, las mujeres son más sensibles al prestigio abierto, mientras que los hombres, en cambio, resultan ser más propensos al prestigio encubierto (o prestigio de grupo) y generalmente utilizan más las formas vernáculas, ya que, para ellos, estas tienen ciertas connotaciones de masculinidad y rudeza por estar relacionadas con el habla de la clase obrera.

3. El funcionamiento del prestigio encubierto se suele asociar a las nociones de incorrección y violación de la norma lingüística y, en efecto, así lo comprueban la multitud de usos no estándar, vernáculos y relacionados con el nivel sociocultural bajo de los hablantes. Basta con citar como ejemplos algunos dialectos geográficos, las variedades lingüísticas propias de grupos étnicos minoritarios (p. ej. el *blackenglish*), las hablas rurales, algunas variedades habladas por inmigrantes del extranjero (p. ej. las de los hispanos en los Estados Unidos), las variedades mixtas como el spanglish y el portuñol, etc. Aquí caben también los llamados por Halliday *antilinguajes* o formas no estandarizadas propias de las *antisociedades* (véase Halliday 1979: 215 – 238). Se trata de códigos verbales manejados por distintos grupos marginales en la comunicación endogrupal: el argot del hampa, la jerga carcelaria o del mundo de la droga, los insultos rituales (*ritual insults*) (Labov 1972), las variedades relacionadas con distintas subculturas juveniles o tribus urbanas (raperos, metaleros, etc.), las jergas de algunos barrios, etc. Pero hay que ampliar el campo de actuación del prestigio encubierto con variantes y variedades lingüísticas cuya estigmatización no se debe a desviaciones de la norma lingüística y comunicativa, sino que es más bien resultado de actitudes sociolingüísticas negativas y de estereotipos sociales. Este podría ser el caso de algunas lenguas minoritarias o autóctonas que son variedades de valor simbólico y afectivo y que gozan de actitud positiva entre sus hablantes.

4. La idea de que la pertenencia de los individuos a ciertos grupos sociales condiciona y marca para siempre su comportamiento lingüístico no se corresponde con la realidad. Por un lado, porque la sociedad no se divide en grupos cerrados, discretos y homogéneos, y, por otro, porque el habla de los individuos no es invariable, sino que se modifica y se adapta a las situaciones comunicativas. Por lo tanto, para ampliar y enriquecer la perspectiva de abordaje del prestigio encubierto hay que proceder a su contextualización, lo que supone no solo adscribirlo a categorías y grupos sociales, sino también situarlo en un contexto interaccional e interpersonal.

5. En Labov y Trudgill encontramos un primer intento de relacionar los usos prestigiosos y los vernáculos con el tipo de situación social. En el paradigma variacionista, la variación estilística (diafásica) se interpreta como la disminución de la frecuencia de variantes no estándar o de menor prestigio a medida que aumenta el grado de formalidad de la situación comunicativa y el grado de atención prestado al discurso. El continuo formalidad-informalidad es paralelo al de estándar-vernáculo: según se descende por este continuo el hablante usa variantes más informales o vernáculos y viceversa (Trudgill 1974b, *cit. en* Serrano 2011: 102). Sin

embargo, como señalan Cutillas-Espinosa y Hernández-Campoy, los hablantes no siguen fielmente este patrón estilístico de manera automática, sino como “iniciativa estratégica deliberada para la creación y proyección de una identidad e imagen propias a nivel interpersonal” (2018: 16). La conceptualización variacionista tradicional del cambio de estilo como una respuesta a hechos externos no puede dar cuenta de todas las elecciones estilísticas. En estudios más recientes, la variación diafásica se concibe como creativa y estratégica, y como muy importante para proyectar y crear una identidad y para contribuir a la realización de las intenciones del hablante en situaciones concretas. Un ejemplo de cómo el estilo de habla no siempre se ajusta al modelo según la formalidad y la pertenencia a determinados grupos sociales, puede ser el citado por Hernández-Campoy y Cutillas-Espinosa, quienes al analizar el comportamiento verbal de una expresidenta de la Comunidad Autónoma de Murcia detectan un marcado uso de rasgos del habla vernácula, variedad fuertemente estigmatizada pero objeto de prestigio encubierto. Este hecho demuestra que el cambio en el estilo no es una reacción a la formalidad de la situación ni se puede atribuir al nivel sociocultural y el sexo de la hablante. Más bien, ella estratégicamente modifica su habla para destacar su identidad murciana y sus ideales políticos (Hernández-Campoy, Cutillas-Espinosa 2010).

6. Para determinar la naturaleza y caracterizar el funcionamiento de prestigio encubierto creemos necesario tener en cuenta dos criterios: *la aceptabilidad* y *la adecuación* (estilística y pragmática).

6.1. La aceptabilidad de un fenómeno lingüístico socialmente desprestigiado significa su reconocimiento como apropiado para la comunicación dentro de un determinado grupo. Las distintas variantes y variables que son objeto de prestigio encubierto, por su connotación simbólica, funcionan como código lingüístico intragrupal. Es más, hay usos estigmatizados que son los únicos que resultan aceptados en el seno de ciertos grupos de hablantes. Por ejemplo, la gran mayoría de los autores que han escrito sobre la variación generacional coinciden en subrayar el carácter muchas veces antinormativo del discurso propio de los adolescentes y los jóvenes (especialmente hombres) y explican el fenómeno con el deseo de autoidentificación a través de la lengua. La búsqueda de originalidad y el espíritu rebelde, que los motivan a intentar distinguirse y oponerse al mundo de los adultos, los hacen más proclives a las normas del prestigio encubierto. Entre ellos, es frecuente la conversación en la que abundan palabras y expresiones que, si para los ajenos al grupo serían descorteses u ofensivas, se interpretan por los

miembros del grupo como marcas de camaradería y cercanía y fortalecen los vínculos de la solidaridad¹.

6.2. Para medir la adecuación estilística del funcionamiento del prestigio encubierto resultan de especial relevancia los tres parámetros contextuales que, según la teoría de Halliday (1979), determinan el registro del discurso: 1) el campo, en el sentido del ámbito de actividad social en el que se desarrolla la interacción comunicativa y la temática tratada; 2) el tenor, o el factor relacionado con el tipo de interlocutor con el que se establece la comunicación y las relaciones de poder o solidaridad y de distancia o proximidad social entre los interlocutores; 3) el modo, o sea, el canal de la comunicación (oral, escrito y algunos mixtos). Como es lógico, un comportamiento socialmente desprestigiado sería adecuado en las esferas privadas (informales), donde la temática no es especializada, la comunicación es más relajada, de tipo personal, no existe necesidad de mantener distancia social y el control sobre el comportamiento es menos rígido. Es una norma que el prestigio encubierto actúe en el tipo de situaciones que A. Briz denomina “de inmediatez comunicativa” y que presentan los rasgos *relación de igualdad social y funcional entre los interlocutores, relación vivencial de proximidad, cotidianidad temática, fin interpersonal, marco cotidiano* (Briz 2012: 34). En otro tipo de circunstancias, el habla normativa podría resultar inadecuada e incluso imponer distancia entre los interlocutores. Y, en lo que al modo se refiere, los usos de la lengua que son objeto de prestigio encubierto suelen darse en el discurso oral por ser este más espontáneo, menos elaborado y típico de la comunicación de tipo interpersonal.

En opinión de Gumperz y Cook-Gumperz, las identidades se transmiten por medio de actos comunicativos y entonces los estilos de habla se pueden interpretar como representaciones de estas identidades (Gumperz, Cook-Gumperz 2007: 478). La identidad nace a partir de su uso interactivo, es decir, el hablante realiza selecciones lingüísticas de acuerdo con su intención de identificarse socialmente con un grupo. La variación no es solamente función de la pertenencia a categorías sociales, sino también de la tendencia de los hablantes a mostrar una identidad social ante otros hablantes (*véanse* Eckert 2000, Serrano 2011: 114 – 118).

Si el participante en una interacción cambia conscientemente su estilo hacia el uso de una variante o variedad vernácula, esto podría

¹ K. Zimmermann señala que entre ciertas personas y en ciertos contextos los insultos, las palabras groseras y descorteses no tienen función ofensiva y agresiva, sino más bien la de mostrar cercanía y familiaridad, y los denomina *actos anticorteses* (Zimmermann 2005).

deberse a su deseo de reducir la distancia y adquirir la aprobación del interlocutor. Según los postulados de la *Teoría de la Acomodación Comunicativa*, desarrollada inicialmente en la psicología social (Giles, Powesland 1975), los participantes en los actos comunicativos regulan la distancia social modificando las pautas de su comportamiento lingüístico de acuerdo con la identidad del interlocutor. Para lo cual despliegan dos tipos de estrategias: la *convergencia*, a través de la cual los individuos adaptan su habla a la de su interlocutor, y la *divergencia*, en la que los individuos cambian su comportamiento comunicativo para adoptar un comportamiento distinto al de su interlocutor. Entonces, se puede concluir que la convergencia en un estilo común que supone usos no normativos o estigmatizados refleja la necesidad (a menudo inconsciente) que tiene el hablante de señalar su adhesión a un grupo social determinado².

6.3. La adecuación pragmática del funcionamiento del prestigio encubierto está relacionada con las intenciones comunicativas que motivan la preferencia por el uso de variantes y variedades marcadas desde el punto de vista sociolingüístico como poco prestigiosas o no prestigiosas. El hecho de que el prestigio se asocie a la búsqueda de identificación grupal, permite establecer una relación entre sus manifestaciones y las nociones pragmáticas de *cortesía verbal estratégica* e *imagen social*. Reformulando el modelo de la cortesía verbal de Brown y Levinson (1987), D. Bravo propone la sustitución de los conceptos de *imagen positiva* e *imagen negativa* por los de *imagen de afiliación* e *imagen de autonomía*. La *afiliación* abarca aquellos comportamientos que le permiten a la persona identificarse con el grupo, es decir, verse y ser visto por la gente como alguien que forma parte del grupo. La *autonomía* alude al deseo del individuo de verse y ser visto por los demás como un individuo con contorno propio dentro del grupo. Bravo introduce también el concepto de *imagen del grupo*, como por ejemplo la de la familia, de la empresa, del país, de las mujeres, etc. (Bravo 1999, 2001, 2003).

Para C. Fuentes Rodríguez, la identidad, a diferencia de la imagen social, es un rasgo personal, estable, indisociable del individuo y se

² En un artículo dedicado a la identidad lingüística, Blas Arroyo, hablando del carácter cambiante de las identidades, comenta su propia experiencia de hablante que adapta su comportamiento comunicativo a las circunstancias en las que se desenvuelve. Dice que, aun siendo usuario habitual del español estándar, retoma el dialecto vernáculo norteño cuando periódicamente regresa a la localidad navarra donde nació. Acude al empleo de rasgos dialectales que le sirven para “la acomodación lingüística ante unos interlocutores poco habituados a los refinamientos de la norma” (Blas Arroyo 2009: 141).

conserva incluso cuando no se esté comunicando. Hay una parte de la identidad constante (rasgos de sexo, origen geográfico, religión, etc.), y otra, variable, que depende del encuentro social y del rol, o sea de la función interpersonal. Mientras que la imagen es un concepto interactivo: surge en la interacción discursiva, varía según el tipo de relación, no va ligada a los rasgos que tiene el individuo fuera de la interacción y regula las relaciones (Fuentes Rodríguez 2015, 2016). En palabras de Bravo, “el hablante está presentando una imagen de sí mismo a su interlocutor o auditorio en un escenario de habla. Esta presentación es única, temporal, interaccional y está circunstancialmente acotada” (Bravo 2003: 101).

Cuando en situaciones comunicativas e interacciones concretas la identificación con determinado grupo resulta relevante para el hablante, este elegirá como más adecuada para sus propósitos la estrategia afiliativa. Entonces, uno de los posibles mecanismos que le permitan proyectar una imagen afiliativa, será poner en funcionamiento el código verbal que comparte con el grupo con el que desee identificarse. A veces, este código encierra los “valores ocultos”, de los que hablaba Trudgill, y se asocia a formas y fenómenos que gozan de una actitud positiva y son aceptados como prestigiosos entre los miembros del grupo. Las manifestaciones del prestigio encubierto sirven, por un lado, para desplegar la estrategia afiliativa con el objeto de afianzar las relaciones de solidaridad grupal y, al mismo tiempo, son un mecanismo de la estrategia de autonomía de grupo, ya que se recurre a variantes y variedades valoradas negativamente por la comunidad de habla, o sea, por los ajenos al grupo. Según Bravo, en este caso el comportamiento se orienta a la afiliación interna (dirigida hacia el propio grupo) y la desafiliación externa (dirigida al grupo ajeno) (Bravo 2004: 31).

7. En esta breve exposición hemos intentado hacer una aproximación al concepto de prestigio encubierto poniendo el énfasis en sus aspectos menos estudiados hasta el momento: el estilístico y el discursivo-pragmático. Partiendo del tratamiento del prestigio encubierto desde la perspectiva de la sociolingüística laboviana como un fenómeno relacionado con la estratificación social, especialmente con las variables sexo, edad y estatus sociocultural, hemos procedido a la observación de su funcionamiento en el contexto situacional, donde se puede producir un cambio de estilo en sentido convergente que refleje la necesidad que tiene el hablante de señalar su adhesión al grupo al que pertenece el interlocutor y ganarse de esta manera su aprobación y su simpatía. La identidad grupal compartida, la solidaridad, la proximidad y la confianza entre los interlocutores favorecen que los miembros de algunos grupos sociales desplieguen las estrategias de cortesía convencionalizadas y aceptadas

como tales para la comunicación intragrupal. Mediante el empleo de un estilo de habla propio, intentan apartarse de la norma y lograr así un cierto grado de autonomía respecto al resto de la comunidad con el objeto de que esto les permita mantener y reforzar una imagen positiva de ellos mismos, al menos dentro de su grupo. Si en determinadas circunstancias el recurso a una variante o variedad lingüística no estándar remite a una valoración positiva por parte del oyente (u oyentes) y a un sentimiento de solidaridad de grupo, entonces esta sería una opción discursiva del hablante para verbalizar la estrategia de cortesía destinada a satisfacer su deseo y necesidad de presentar una imagen afiliativa.

REFERENCIAS

- Blas Arroyo 2009:** Blas Arroyo, J. L. Manifestaciones de la identidad lingüística en el mundo hispánico. // *Identidades sociales e identidades lingüísticas*. J. J. de Bustos Tovar y S. Iglesias Recuero (coords.). Madrid: Editorial Complutense, 2009, 119 – 157.
- Bravo 1999:** Bravo, D. ¿Imagen “positiva” vs. imagen “negativa”? Pragmática sociocultural y componentes de face. // *Oralia: Análisis del discurso oral*, vol. 2, 1999, 155 – 184.
- Bravo 2001:** Bravo, D. Sobre la cortesía lingüística, estratégica y conversacional en español. // *Oralia: Análisis del discurso oral*, vol. 4, 2001, 299 – 314.
- Bravo 2003:** Bravo, D. Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción. // *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 2003, 98 – 108 <www.primercoloquio.edice.org> (22.12.2019)
- Bravo 2004:** Bravo, D. Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía. // *Pragmática sociocultural. Estudios sobre el discurso de cortesía en español*. D. Bravo y A. Briz (eds.). Barcelona: Ariel, 2004, 15–37.
- Briz 2012:** Briz, A. La (no)atenuación y la (des)cortesía, lo lingüístico y lo social: ¿son pareja? // *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico*, Julio Escamilla Morales y Grandfield Henry Vega (eds.). Barranquilla-Estocolmo: Universidad del Atlántico-Universidad de Estocolmo; CADIS – Programa EDICE, 2012, 33 – 75.
- Brown, Levinson 1987:** Brown, P., Levinson, S. *Politeness. Some Universals of Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

- Cutillas Espinosa, Hernández Campoy 2018:** Cutillas Espinosa, J. A., Hernández Campoy, J. M. Modelos sociolingüísticos de variación estilística. // *Tonos digital: Revista de estudios filológicos*, Nº 35, 2018.
- Eckert 2000:** Eckert, P. *Linguistic variation as social practice*. Oxford: Blackwell, 2000.
- Fuentes Rodríguez 2015:** Fuentes Rodríguez, C. La construcción de la identidad grupal en el discurso ideológico. // *Stampa e regimi: studi su Legioni e Falangi/Legiones y Falanges, una Rivista d'Italia e di Spagna*, coord. por Ch. Sinatra, 2015, 225 – 252.
- Fuentes Rodríguez 2016:** Fuentes Rodríguez, C. (Des)cortesía, imagen social e identidad como categorías sociopragmáticas en el discurso público. // *Roles situacionales, interculturalidad y multiculturalidad en encuentros en español*. Buenos Aires: Dunken. 2016, vol. 4, 165 – 192.
- Giles, Powesland 1975:** Giles, H., Powesland, P. F. *Speech style and social evaluation*. New York: Academic Press, 1975.
- Gumperz, Cook-Gumperz 2007:** Gumperz, J. J., Cook-Gumperz, J. A postscript: style and identity in interactional sociolinguistics. // *Style and social identities*. (ed. by Peter Auer). Berlin: Mouton de Gruyter, 2007, 477 – 502.
- Halliday 1979:** Halliday, M. A. K. *El lenguaje como semiótica social: la interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura Económica, 1979.
- Hernández-Campoy, Cutillas-Espinosa 2010:** Hernández Campoy, J. M., Cutillas Espinosa, J. A. Speaker design practices in political discourse: A case study. // *Language & Communication* 30(4), 2010, 297 – 309.
- Labov 1966:** Labov, W. *The Social Stratification of English in New York City*. Washington D. C.: Georgetown University Press, 1966.
- Labov 1972:** Labov, W. Rules for Ritual Insults. // *Studies in Social Interaction*. D. Sudnow, Ed. New York: Free Press, 1972, 120 – 169.
- Moreno Fernández 1998:** Moreno Fernández, F. *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel, 1998.
- Serrano 2011:** Serrano, M^a. J. *Sociolingüística*. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2011.
- Trudgill 1972:** Trudgill, P. Sex, Covert Prestige and Linguistic Change in the Urban British English of Norwich. // *Language in Society* 1, 1972, 179 – 195.
- Trudgill 1974a:** Trudgill, P. *The social differentiation of English in Norwich*. Cambridge: Cambridge University Press, 1974.
- Trudgill 1974b:** Trudgill, P. *Sociolinguistics: an introduction to language and society*. London: Penguin, 1974.

Zimmermann 2005: Zimmermann, K. Construcción de la identidad y anticortesía verbal. // *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos.* Estocolmo-Buenos Aires: Dunken, 2005, 245 – 271.