

Un estudio sociolingüístico del léxico usado en la Ciudad de México referido a los medios de comunicación interpersonal

CLAUDIO MOLINA SALINAS

INAH- Escuela Nacional de Antropología e Historia

UNAM-Instituto de Investigaciones Estéticas

RESUMEN En el presente trabajo se plantea un estudio referido a los medios de comunicación interpersonal (teléfono, correo y telégrafo), tomando como base el cuestionario del *Léxico del habla culta de México* (Lope, 1978) y algunas otras preguntas que refieren a conceptos recientes no incluidos en este cuestionario.

Con una perspectiva variacionista, se plantea una interpretación del condicionamiento en el uso de ciertos vocablos, en la que se consideran factores sociales adscritos y adquiridos. Con base en evidencias obtenidas en la muestra, se puede adelantar que existe una interacción entre algunas variables sociales tomadas en cuenta en el análisis y la naturaleza de los vocablos estudiados que explican un condicionamiento en la selección de las unidades léxicas.

Palabras clave: Variación léxica, neologismo formal, neologismo semántico, préstamo integral, calco.

ABSTRACT

The following paper presents an update of the lexicon related to the Interpersonal Communication Media (telephone, mail and telegraph) based on the *Léxico del habla culta de México* questionnaire (Lope, 1978) and some concepts not included in it.

A variationist model was used to construe the usage conditioning of certain words. For that purpose, both social attachment and acquisition factors were taken into consideration. Using the latest evidences from sampling, it is possible to make an early statement and say there is interaction among some of the social variables considered in the analysis. This is due to the nature of words

subject to study; which will explain the conditioning of lexical units' selection.

Key words: Lexical variation, semantic neologisms, formal neologisms, loanword, calque.

INTRODUCCIÓN

Actualmente vivimos en una sociedad de consumo en la que resulta difícil prescindir de dispositivos tecnológicos, herramientas y medios que faciliten el manejo de información y permitan la comunicación inmediata. Además, es fácil constatar que la mayoría de individuos que vive en distintas ciudades de México cuentan con un teléfono móvil inteligente, envían mensajes y tienen acceso a un correo electrónico y a distintas redes sociales¹.

Por esto, para la lexicología y los trabajos de variación, es relevante una investigación actual sobre la innovación y el arcaísmo léxico que preste particular atención a los conceptos involucrados en la comunicación telefónica, telegráfica y del correo².

Para efectos de este trabajo considero los conceptos asociados al teléfono, telégrafo y correo —que más adelante describiré a detalle— como nociones relacionada con los medios de comunicación interpersonal³. Me permito llamar así a esta área de la vida cotidiana debido a una necesidad de denominación

¹ Por mencionar un ejemplo, para el año 2012, en México, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) reportó que 87 de cada 100 habitantes contaban con un teléfono celular en el que las redes sociales tienen un carácter gratuito (información tomada de Cruz, 2012).

² Pese a que no se cuenta con tantos trabajos sobre variación léxica del español, hay dos proyectos destacados que serían antecedente de esta investigación, por un lado, el “Proyecto coordinado del habla culta de las principales ciudades hispanohablantes” (Lope, 1986) y la publicación de Ávila y Villena (2010): *Variación social del léxico disponible en la ciudad de Málaga. Diccionario y análisis*; trabajos sobre disponibilidad léxica y estratificación del vocabulario en ciudades completas, respectivamente.

³ La lógica que subyace a esta denominación responde a que todos estos conceptos intervienen como un medio de comunicación, principalmente, entre dos individuos, por ello consideré pertinente designarlos como *medios de comunicación interpersonal* y diferenciarlos así de los medios masivos de comunicación como la radio, la televisión o sitios *web* de noticias, videos y más.

ad hoc a los objetivos de la presente investigación que no tiene antecedente en ningún trabajo de normalización terminológica ni en un análisis semántico que justifique la organización de estas nociones dentro de un campo léxico.

Aunque es cierto que en este estudio pude abordar los servicios y herramientas de mensajería instantánea (WhatsApp, Viber y más), así como las redes sociales (Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter o cualquier otro), esta investigación se centra exclusivamente en las áreas de la comunicación telefónica, telegráfica y del correo, primero, para brindar una actualización del léxico referido a los medios de comunicación interpersonal en el *Léxico del habla culta de México*, y, segundo, para formalizar una descripción lingüística de la innovación y muerte léxicas en esta área de la vida cotidiana en la Ciudad de México.

Esta investigación se sitúa dentro del marco de los trabajos de variación sociolectal de corte sincrónico, en los que se consideran algunas variables de índole lingüística (neologicidad o arcaicidad del léxico y categoría gramatical del vocablo) y de índole social (sexo, edad y grado de educación de los informantes), los cuales podrían influir en la elección y uso del repertorio léxico de los hablantes.

En cuanto a la estructura del artículo, en el marco teórico se desarrollan generalidades y se definen algunos conceptos tocantes a la variación social y estilística, el concepto de unidad palabra y sus tipos y la innovación y pérdida léxica. A continuación, se describen los informantes, el cuestionario aplicado y la base de datos en la que se organizaron las respuestas; y, al final, se presenta el análisis de los datos y las conclusiones derivadas de este.

1. VARIACIÓN LINGÜÍSTICA Y UNIDADES PALABRA

Según los alcances de esta investigación y su enfoque, a continuación me permito revisar algunos conceptos tocantes a dos áreas de interés lingüístico: la sociolingüística y la lexicología. Esta revisión servirá como un marco teórico sumario para el presente artículo.

Desde un punto de vista sociolingüístico, es conveniente señalar que hay factores adscritos y adquiridos que podrían incidir en la variación social, de la misma manera en que repercutirían el ciclo de vida de los hablantes y las características propias de los vocablos. Por otro lado, desde la perspectiva de la lexicología es oportuno definir lo que consideraré como *unidad palabra*, señalar una tipología de estas unidades y puntualizar sobre algunos aspectos generales relacionados con la innovación y el arcaísmo léxico.

1.1. Variación social y estilo de los hablantes

Labov (1996 [1994]: 234) explica que no existen hablantes que sean usuarios de un estilo único, puesto que todos manifiestan algún tipo de variación dependiendo de las relaciones que tengan con el interlocutor (poder, solidaridad, familiaridad...), el contexto social o el dominio en el que se desarrolla el acto comunicativo (colegio, trabajo, hogar, vecindario, iglesia...) y el tema tratado. Lo anterior supondría que no existe la variación libre en las lenguas naturales, sino que la variación es social y se encuentra contextualmente condicionada por factores sociales adscritos (sexo, grupo generacional, raza, etnia, casta...), adquiridos (nivel socio-económico, de formación educativa...) y del contexto (situaciones y estilos). Por tanto, se puede asumir la posibilidad de que existan factores sociales adscritos (sexo y grupo generacional) y factores sociales adquiridos (formación educativa) que influyen en la elección del léxico por parte de un hablante. Además, se podría considerar también que la interacción de estos factores con las propiedades lingüísticas de los vocablos (categoría gramatical, neologicidad o arcaicidad y el campo referencial al que pertenecen) sean determinantes para dicha elección.

Por último, se retoma el planteamiento de Hernández y Almeida (2005: 40), quienes afirman que una conducta innovadora o conservadora del hablante está condicionada al ciclo de vida en el que se encuentra; esto es, los hablantes más jóvenes y los adultos mayores (más viejos) son los que tienen los índices más elevados de formas no estándares (innovación lingüística), mientras que los de edad media se ajustan más a estas.

1.2. Las unidades palabra y sus tipos

Posiblemente una de las unidades lingüísticas más fáciles de reconocer por los hablantes de una lengua son las palabras; sin embargo, para la gran mayoría de lingüistas resulta difícil explicarlas en términos científicos. Pese a esto, el concepto de *unidad palabra* se puede caracterizar como un elemento de la primera articulación; como un signo con dos planos (significante y significado) que establecen entre sí una relación no necesariamente biunívoca (Guiraud, 1960; Ullmann, 1977; Martinet, 1974; de Saussure, 1993 [1913]).

Oral y ortográficamente, es posible caracterizar las unidades palabra como toda unidad formada por uno o más fonemas y sus respectivas representaciones gráficas (separadas por silencios o espacios en blanco, según sea el caso); sin embargo, es posible constatar que en una sola unidad gráfica o fónica pudieran estar presentes varias *palabras* (como en los casos del español *del* o *al*), tanto

como diversas unidades gráficas o fónicas pueden constituir una sola *palabra* (*ojo de buey*, *pasta de dientes* o *ley de Boyle-Mariotte*); incluso, una forma fónica o gráfica podría ser tanto una palabra como otra (homógrafos como *gato*¹, *gato*² y *gato*³) (Muller, 1973: 225-248).

Considerando lo anterior, resulta mucho más claro aproximarse al concepto de unidad palabra desde una revisión de los tipos de palabra que existen, que desde una caracterización general que resulte tipológicamente impropia.

Una unidad palabra es cualquier signo o elemento significativo que tiene libertad morfológica y que al segmentarse pierde significación; unidades que Lara (2006: 63) denomina palabras tipo I, también conocidas como morfemas libres o lexemas (Katamba y Stonham, 1993: 17-22). En español, algunos ejemplos de este tipo de unidad palabra serían *mail*, *remite* o *spam*. Sin embargo, no es el único tipo de unidad palabra existente. Lara (2006: 70-80) distingue tres tipos de unidades palabra más: unidades significativas ligadas morfológicamente a otras; unidades significativas en las que más de dos lexemas y palabras gramaticales funcionan como una sola unidad denominativa; y unidades con significado gramatical o relacional, mismas que llama palabras tipo II⁴, III⁵ y IV⁶, respectivamente.

La tipología anterior no se planteó como una base teórica para caracterizar una variable más dentro de los medios de comunicación interpersonal, pero sirve para discriminar en el análisis propuesto los candidatos que consideré como unidades palabra. *Grosso modo*, considero que las unidades palabra que

⁴ Las palabras tipo II (Lara, 2006: 70) son unidades significativas en las que se ligan morfológicamente varios elementos que no pueden segmentarse (bases, raíces, morfemas derivativos y flexivos), ya que al hacerlo perderían toda significación, aunque requieren combinarse entre sí para aparecer en el discurso. Algunos ejemplos son *destinatario*, *telefonar* y *marcar*.

⁵ Las palabras tipo III (Lara, 2006: 74-75) son unidades significativas en las que más de dos lexemas funcionan como una unidad denominativa; incluso, pudieran estar ligadas entre sí por unidades tipo IV, formando así una unidad denominativa (algunos ejemplos de este tipo son: *teléfono público*, *teléfono inalámbrico* o *bandeja de entrada*). En este caso, por ninguna razón las unidades sintácticas (oraciones y frases) podrían ser consideradas unidades palabra, ya que estos elementos son “un conjunto de formas de palabra vinculadas por relaciones sintácticas. Se trata, por tanto, de un concepto sintáctico” (Alonso, 2012: 121) y no de relaciones denominativas que constituyan léxico.

⁶ Las palabras tipo IV (Lara, 2006: 80) son unidades léxicas relacionales, independientes (preposiciones, conjunciones, artículos determinados o pronombres) o dependientes de un lexema (clíticos: proclíticos y enclíticos); por tanto, no son unidades significativas, sino elementos funcionales.

tienen las propiedades morfológicas caracterizadas como los tipos I, II y III (Lara, 2016) son las unidades relevantes para ser analizadas en esta investigación, dejando de lado las palabras funcionales y las frases nominales o verbales no lexicalizadas, por ejemplo: *sí, no, enviar un correo electrónico, un tipo de carta*, entre otras respuestas obtenidas a partir de los cuestionarios aplicados.

1.3. La innovación y la pérdida léxica

Cuando se estudia el fenómeno de la innovación léxica resulta imprescindible aclarar los alcances de las nociones *neología* y *neologismo*, ya que estos conceptos presentan múltiples dimensiones que complican su clara definición. En este sentido, asumo que “neología remite a una forma polisémica que refiere tanto a los procesos de generación o incorporación de voces nuevas en una lengua como a la subdisciplina lingüística que se encarga, desde el punto de vista teórico, del estudio de estos procesos” (Molina, 2015: 22), en oposición al concepto de neologismo que “designa específicamente el resultado de estos procesos, [y remite a] innovaciones léxicas en las lenguas naturales” (Molina, 2015: 22).

Desde una perspectiva puramente lingüística, autores como Bastuji (1974: 6), Guilbert (1975: 64) o Rey-Debove (1998: 144) señalan que los neologismos podrían dividirse en dos tipos: los formales y los semánticos. En palabras de Díaz (2007: 34), quien además da un panorama muy claro de la variación terminológica para designar ambos conceptos y precisa las diferencias entre sí:

De ahí que, entre las unidades léxicas registradas como neologismos se establezca, por lo común, una división según si se manifiestan bajo la forma de un significante no registrado aún en la lengua considerada o bajo la forma de un significante ya existente [...] Esta delimitación se encuentra en la base de la tipología general de la neología comúnmente establecida, en la que se distinguen dos tipos: 1) la denominada neología formal, ordinaria, de forma o de forma y sentido, que consiste en la creación de significantes nuevos o la creación conjunta de significantes y significados nuevos, y 2) la llamada neología semántica o neología de sentido, que se basa en la aparición de nuevos significados o acepciones para significantes ya establecidos en la lengua.

Pese a la existencia de esta clasificación, autores como Auger *et al.* (1978: 55-57) y Celestin *et al.* (1990: 62) sostienen que deberían agregarse a esta tipología los denominados *neologismos de préstamo*, ya que el proceso de adopción de voces procedentes de otras lenguas se diferencia de los procesos neológicos de generación de formas y significados.

Podría decirse que en la generación de los *neologismos de préstamo* están involucrados procesos (morfológicos y semánticos) ajenos al sistema y que la innovación léxica se limita a la incorporación de una palabra a la lengua. Du-bois *et al.* (1994: 496) explican este proceso de la siguiente forma: “Cuando un habla A utiliza y acaba por integrar una unidad o rasgo lingüístico que existía con anterioridad en un habla B y que A no poseía”. En general, los autores llaman a este proceso y a la unidad lingüística tomada: *préstamo*.

Por último, conviene distinguir entre el *préstamo* que no se ha adaptado (*préstamo no adaptado*) y el *préstamo* cuya adaptación implica un tipo de traducción a la lengua que lo recibe. A este tipo de innovaciones léxicas las llamaré *anglicismo léxico integral* y *calco*, respectivamente. Esto debido a que el término *préstamo* en este trabajo siempre referirá al proceso y al resultado de la adopción de una unidad léxica proveniente del inglés, ya que todos los casos de préstamo estudiados son siempre anglicismos.

Siguiendo a Franco (2016: 471-472), un *anglicismo léxico integral* sería una unidad palabra, simple o compleja, que ha llegado a otro sistema lingüístico y que en el proceso no muestra alteraciones ni en el plano formal ni en el plano del contenido; mientras que el *calco* es la reproducción en la lengua meta del significado en su función referencial o del signo lingüístico completo, mediante el establecimiento de una correspondencia con una unidad léxica de la lengua origen⁷.

Por otra parte, tal y como se vio antes, existen neologismos formales y semánticos. En todos los casos, este tipo de innovaciones léxicas está formada por recursos morfológicos y semánticos propios del sistema e inherentes a los hablantes. Siguiendo a Molina (2010: 129), toda forma neológica en la que están implicados procedimientos morfosintácticos de formación de palabras, acortamientos y ampliación de significado, así como los cambios de función sintáctica, se considera neologismo formado por recursos propios del sistema.

Para efectos de este trabajo y el tipo de análisis que se plantea, a todos estos tipos de innovaciones léxicas les llamaremos simplemente *neologismos* y los distinguiremos del *anglicismo léxico integral* y del *calco* para explicar los movimientos en el léxico de los medios de comunicación interpersonal.

Por último, cabe mencionar que en el análisis propuesto se abordarán dos conceptos más: primero, la noción de *arcaísmo* léxico, que en su sentido más amplio describe cualquier unidad léxica que ha desaparecido o se encuentra

⁷ Pese a que Franco (2016) ofrece una tipología más extensa y, en mi opinión, exhaustiva, sólo me permito caracterizar estos dos tipos de préstamo, ya que son suficientes para el análisis que planteo.

en vías de desaparición respecto a un estado anterior de la lengua y desde la perspectiva de la sincronía, en la que se analiza su vitalidad (Dubois *et al.*, 1994; Alcaraz y Martínez, 1997); y segundo, lo que por una conveniencia terminológica me permito denominar *léxico patrimonial*, mismo que simplemente denomina al conjunto de palabras de las que se puede constatar su uso, sea en diccionarios, en el *Léxico del habla culta de México* o en un corpus documental referido al español mexicano⁸.

2. METODOLOGÍA Y FASE EXPERIMENTAL

En este apartado se caracteriza a los informantes, el instrumento utilizado para la recolección de los datos léxicos y se dan algunos pormenores de la base de datos que fue conformada a partir de estos.

2.1. Los informantes

Al formalizar este proyecto de investigación, se planteó que el trabajo fuera una descripción de tiempo aparente o transversal (Labov, 1996 [1994]: 123) que tuviera la particularidad de contrastar, en una muestra sincrónica, el habla de informantes de distintos grupos de edad y, así, determinar si en la comunidad hay procesos de cambio en curso. Para esto se conformó un corpus que sirvió como registro de las unidades lingüísticas que se pretendía describir.

A partir del trabajo de campo se conformó un corpus de veinticuatro cuestionarios aplicados a su vez al mismo número de informantes. En este caso se consideró que hubiera la misma cantidad de informantes del sexo masculino que del femenino. También se planteó como condición que todos debían ser originarios de la Ciudad de México y residentes en ella durante toda su vida.

La muestra de veinticuatro cuestionarios representa a tres generaciones que llamé generación “consumista” (de 18 a 25), “productiva joven” (de 30 a 40) y “productiva madura” (de 45 a 55 años), dejando 5 años entre generaciones, decisión metodológica que se plantea para dejar una brecha temporal entre ge-

⁸ En este caso me refiero al Corpus del Español Mexicano Contemporáneo (CEMC), constituido entre los años 1973 y 1974, y que expresamente sirviera como base documental del *Diccionario del español de México* (DEM). Este corpus está formado por una serie de fragmentos textuales, obtenidos a partir de 996 textos completos, escritos por autores mexicanos desde 1921 hasta 1974.

neraciones que permita acentuar las diferencias léxicas entre ellas. A partir de estos grupos generacionales se subcategorizó a los informantes atendiendo a dos grados de educación (profesional y sin ella).

Otro factor originalmente considerado fue el conocimiento (en distintos grados) de la lengua inglesa, que para efectos de este trabajo se denominan bilingüe⁹, con la premisa de que un informante de este tipo preferiría un anglicismo léxico integral frente a una forma patrimonial del español o un neologismo formado por recursos propios del sistema.

Ciertamente, resultó complicado encontrar informantes bilingües sin formación profesional dentro del grupo; mientras que los informantes con formación profesional suelen afirmar que son bilingües. De cualquier manera, se conservó esta variable sociolingüística, pero siempre teniendo en cuenta que los informantes bilingües representan 58.3% del total (14 de 24), situación que implica una desigualdad para esta variable. En la siguiente tabla se puede ver la distribución de los informantes, excluyendo la variable bilingüismo, tal y como se ha caracterizado hasta el momento:

Tabla 1. Distribución de los informantes por edad, sexo y formación profesional

GRUPO DE EDAD	HOMBRES		MUJERES		TOTAL %
	PROFESIONALES	No PROFESIONALES	PROFESIONALES	No PROFESIONALES	
Consumista (18 a 25 años)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	8 (33.3%)
Productivo joven (30 a 40 años)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	8 (33.3%)

⁹ Según Ruiz (2003), si se considera el grado de competencia que tienen los hablantes se podría clasificar el bilingüismo en dos tipos: un bilingüismo equilibrado o productivo, en el que el hablante desarrolla una competencia comunicativa tanto en las habilidades de comprensión como de producción en la L2 y un bilingüismo no equilibrado o receptivo en el que el hablante solo desarrolla la competencia de comprensión en la L2. Considerando esto, cuando me refiera a un informante bilingüe, hablaré de un individuo que se encuentra en un punto del continuum entre estas dos condiciones de competencia lingüística del inglés como L2.

Productivo maduro (45 a 55 años)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	2 (8.3%)	8 (33.3%)
Total %	6 (25%)	6 (25%)	6 (25%)	6 (25%)	24 (100%)

Cabe aclarar que todos los informantes pertenecen a la red social del autor del presente artículo en diferentes niveles y presentan perfiles muy diversos (de distintos grupos de edad y formación profesional).¹⁰

2.2. El cuestionario

El cuestionario que elaboré y apliqué tiene como antecedente directo la publicación del *Léxico del habla culta de México* (Lope, 1978) y del *Léxico del habla culta de Santiago de Chile* (Rabanales, 1987). Del material chileno he tomado las preguntas correspondientes a los medios de comunicación, ya que es el único en el que se publican, y de la publicación mexicana he recuperado las respuestas para tener un referente en el análisis sincrónico que se propone¹¹.

Comparando los resultados del material publicado por Lope (1979) con la realidad léxica actual, se percibe que el volumen y la tipología léxica han sufrido modificaciones, posiblemente, relacionadas con el acelerado avance en materia de tecnología y telecomunicaciones. Por ello, tuve que reformular el cuestionario eliminando referentes y conceptos que ya no existen, tales como los *timbres fiscales*, *encomienda*, *valores declarados*, *disco del teléfono*, *telegrama cifrado*, *radiograma*..., y, a su vez, agregué referentes como *correo electrónico*, *servidor*

¹⁰ La red de informantes está compuesta por individuos de distintos perfiles sociales y profesiográficos (herrereros, zapateros, estudiantes de preparatoria y licenciatura, amas de casa, magistrados, académicos, ingenieros, entre otros), lo que me hace suponer que la muestra es suficientemente heterogénea; sin embargo, pudiera ser el caso que al aplicar este cuestionario a otros grupos de informantes los resultados pudieran presentar diferencias. Por ello, esta investigación debería considerarse como una aproximación al fenómeno y asumir, como generalmente se hace, que la recolección de una muestra de datos léxicos aspira a ser suficiente y no exhaustiva, por lo que encontrar diferencias en distintas muestras sería totalmente esperado.

¹¹ Aunque mi intención es trabajar desde una perspectiva sincrónica, considerar el cuestionario de los setenta me permitió reflexionar sobre algunos aspectos de variación diacrónica que también resultan relevantes para esta investigación.

*de correo, teléfono celular, tarjeta telefónica o mensaje de dos vías*¹². El resultado de este trabajo fue un cuestionario de cincuenta y ocho reactivos.

Los cuestionarios fueron aplicados en persona. El entrevistador (en todos los casos, el autor del presente artículo) hacía las preguntas y los informantes las respondían en una hoja de respuestas. Esta dinámica, se adoptó con la intención de averiguar en qué casos se tenía un préstamo sin adaptar o una adaptación de las formas léxicas no patrimoniales.

Por otra parte, siempre se procuró que la pregunta fuese entendida por todos los informantes, incluso, reformulándola en varias ocasiones, pero sin hacer referente oral al concepto solicitado. Del total de 1,392 respuestas posibles, sólo 1,094 fueron contestadas haciendo referencia al nombre solicitado; mientras que 298 fueron respuestas en blanco o unidades palabra que no tienen relación alguna con el nombre solicitado¹³, sea porque las preguntas no fueron claras para algunos informantes o porque hubiera sido deseable algún otro tipo de apoyo durante la entrevista (imágenes, videos, objetos, etcétera).

2.3. La base de datos

Para este trabajo se diseñó una base de datos electrónica en una hoja de Office Excel a la que se le pueden agregar las opciones de filtrado y ordenamiento ortográfico que permiten realizar búsquedas específicas y cruzar información como se requiera, de la misma manera que se haría en cualquier banco de datos hecho en una plataforma más compleja.

Ya que este trabajo tiene un enfoque descriptivo y pretende dar cuenta de las motivaciones sociolingüísticas para la elección del repertorio léxico, se consideraron ocho variables que se ven reflejadas en la base de datos: una dependiente con distintos atributos: anglicismo léxico integral, neologismo, calco, las formas patrimoniales existentes en el *Léxico del habla culta de México* (Lope, 1978), las formas patrimoniales no incluidas en él y las respuestas “cero”; y siete indepen-

¹² Una copia del cuestionario se encuentra en el Apéndice 1, al final de este trabajo. En él aparecen marcadas con un número de cuatro siglas, entre paréntesis, las preguntas del cuestionario original; las que no tienen este distintivo son las que he agregado con la finalidad de actualizar el dominio.

¹³ Por razones obvias no es posible dar ejemplos de respuestas en blanco, pero sí ofrecer un par de ejemplos ofrecer un par de ejemplos de preguntas y respuestas en las que se evidencia que no hay una respuesta que conteste al concepto solicitado: ¿Cómo se llama el tipo de teléfono que sirve para comunicarse de una habitación a otra en la misma oficina o casa? INTERCOM.
¿Y la acción de introducir la correspondencia en él [buzón]? PONER.

dientes: categoría gramatical, tipo de concepto (nuevo o ya existente en la lengua), campo referencial al que pertenece el concepto, grupo de edad de los informantes, sexo, educación y dominio de otras lenguas.

3. UNA PRIMERA APROXIMACIÓN AL ANÁLISIS DE LOS DATOS

La publicación de *The social stratification of English in New York City* (Labov, 2006 [1966]) representó un cambio radical en la forma como se llevaban a cabo las investigaciones sociolingüísticas, ya que por primera vez se aplicó un análisis cuantitativo a las reglas que regían la variación lingüística. Actualmente, la sociolingüística cuenta con diferentes herramientas que permiten este tipo de análisis cuantitativo, algunas de distribución gratuita y otras muy costosas, usadas en ciencias sociales y en otras áreas del conocimiento (VARBRUL, SPSS, R-Varb, Rbrul y GoldVarb); para esta investigación se utilizó GoldVarb 2001 (Robinson, Lawrence y Tagliamonte, 2001).

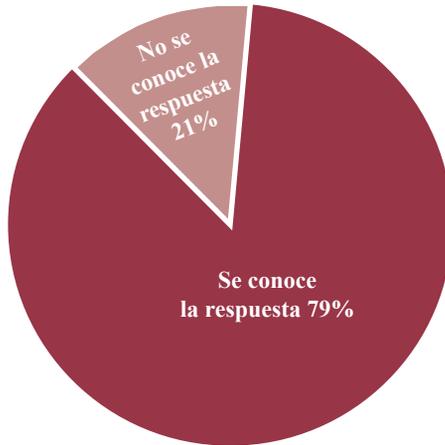
El primer acercamiento a los datos implicó la formación del archivo de fichas que alimentarían al programa de regresión logística Goldvarb 2001; estos datos especifican la siguiente información; en la primera columna se registran los fenómenos léxicos de la base de datos, la variable dependiente representada por las letras “C” (calco), “L” (palabra patrimonial que aparece en el cuestionario del Dr. Lope Blanch), “E” (anglicismo léxico integral), “F” (forma patrimonial del español que no aparece en el cuestionario del Dr. Lope Blanch), “N” (neologismo formado por recursos propios del sistema) y “0” (sin respuesta o respuesta que no se entendió¹⁴). En el resto de columnas hay siglas alfanuméricas que corresponden a las categorías gramaticales de las palabras (S “sustantivos” y V “verbos”), el grupo de edad (C “consumistas”, J “productivos jóvenes” y M “productivos maduros”), el sexo de los informantes (H “hombre” y M “mujer”), la formación profesional (P “profesional” y N “no profesional”), el bilingüismo (V “dominio de varias lenguas” y U “sólo español”), los referentes solicitados (V “referentes de la muestra de los setenta” y N “referentes nuevos”) y el campo referencial del que provienen los conceptos (C “correo”, T “teléfono” y G “telegrama”).

¹⁴ Una objeción que se podría plantear para un análisis en el que se agrupen bajo la etiqueta respuesta “cero”: no haber respondido a la pregunta y haber dado una respuesta equivocada se justifica metodológicamente considerando que al separar el desconocimiento de las respuestas y ampliar el número de variables se pierde la variabilidad.

Las fichas o *tokens* podrían tener una forma semejante: “CSCMPVVC”, en este caso, esta ficha describe un vocablo que es un *calco*, *sustantivo*, usado por un informante consumista, mujer, profesional, bilingüe y que se refiere al cuestionario de los setenta y al dominio tocante al correo, es decir: *postal electrónica*.

Con la consideración de la interacción entre las variables dependientes y las variables independientes pude recuperar un primer resultado estadístico proporcionado por GoldVarb 2001. En este primer análisis de los datos se observa que el atributo de la variable dependiente que refiere al conocimiento o desconocimiento de las respuestas se podría representar de la forma siguiente:

Gráfica 1. Representación porcentual de las respuestas a las palabras solicitadas



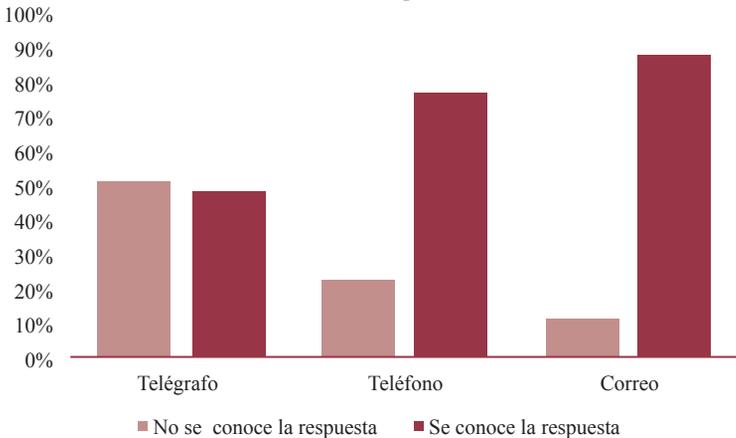
A partir de la gráfica anterior, que remite al cómputo global de las palabras solicitadas, se puede ver que el desconocimiento de la respuesta representa el 21% de la muestra total; mientras que en el 79% de los casos se conoce la respuesta.

Considerando la ausencia o respuesta equivocada como un fenómeno interpretable, se observó una constante para los diferentes grupos de edad, sexo, formación profesional, bilingüismo y naturaleza del referente; esto es, para todas las posibilidades el desconocimiento de la respuesta oscila entre 19.8% y 26% del total parcial para cada rubro. Lo que quiere decir que alrededor de 23% de las respuestas, considerando cada variable, son respuestas “cero”; cifra que se aproxima al porcentaje total dentro de la muestra. Sin embargo, no ocurre lo mismo con la variable independiente del campo referencial al que pertenecen los vocablos (telégrafo, correo y teléfono); lo cual significa que el campo referencial es relevante para la variación léxica observada, por ejemplo: en el área del correo se encuentran respuestas como *correo electrónico*, *correo* o *email*, sin registrar descono-

cimiento de la respuesta; mientras que para el caso del telégrafo es mucho más frecuente el desconocimiento generalizado de la respuesta para conceptos como *cablegrama* o *telégrafo*.

Las cifras indican que el campo del telégrafo propicia en 51.4% la respuesta “cero”, mientras que el campo del correo y el teléfono lo propician en menor grado, es decir, 22.8% y 11.4%, respectivamente; situación que evidencia la caída en desuso de las herramientas telegráficas y la falta de asiduidad de las nuevas generaciones a las oficinas de telégrafos, por considerarlas poco eficientes y obsoletas. Veamos la siguiente gráfica que ilustra mejor lo dicho hasta ahora:

Gráfica 2. Representación porcentual del desconocimiento de las respuestas vs. el conocimiento de las respuestas



Esta representación apoya el dicho de que dentro del campo referencial del telégrafo se tiene un índice muy alto de arcaísmos léxicos o pérdida léxica que, para el dominio del correo y teléfono, en ese orden, es mucho menor. Esto confirma que el léxico de un hablante no solo está condicionado por el tema concreto del que se habla, sino también depende de la historia de vida de cada individuo, en palabras de Schiffko (1992: 143) “el léxico de una lengua está en íntimo contacto con el mundo extralingüístico cuyos cambios políticos, económicos, sociales y culturales refleja más o menos directamente”.

También conviene aclarar que, en este caso, ni la edad, ni el sexo, ni la formación profesional o grado de bilingüismo de los informantes, junto con la naturaleza del referente (preexistente en la muestra de los años setenta o novedoso) motivan la respuesta cero; es pues la variable referida al campo del telégrafo la que resulta más relevante para condicionar la arcaicidad léxica.

Como GoldVarb 2001 es una herramienta que se usa específicamente en trabajos sociolingüísticos, es prioritario que haya variación. Por ello, la clasificación propuesta originalmente para las variables dependientes en las que se describe si los vocablos son anglicismos léxicos integrales o son calcos que provocan *knock-outs*, esto es, en los que no hay variación, en el análisis con GoldVarb 2001 no se puede realizar.

Para subsanar el problema que para el análisis implicaban los *knock-outs*, se tomó una decisión metodológica: reagrupar estas variables bajo una misma forma “I” o unidades léxicas innovadoras y asignar a las ocurrencias “cero” la categoría gramatical que fuese esperable, a saber, si la respuesta implicaba un sustantivo, las respuestas “cero” serían sustantivos. Así, tendríamos las siguientes variables dependientes: la variable I, “formas innovadoras: calco y anglicismo léxico integral”; variable L, “formas patrimoniales existentes”; variable F, “formas patrimoniales del español innovadoras o neologismos formados por recursos propios del sistema” y la variable 0, “respuesta ‘cero’ o desconocimiento de la respuesta”¹⁵. Por último, eliminé de las variables independientes los campos referenciales (correo, teléfono y telégrafo) para evitar *knock-outs* y *singletons*¹⁶.

De esta reformulación y luego de hacer un análisis de los datos arrojados por el programa, se puede interpretar que las unidades palabras clasificadas como innovadoras son mucho más frecuentes en contextos en los que la categoría gramatical es un sustantivo, lo que permitiría adelantar que la categoría verbal es mucho más resistente a las innovaciones lingüísticas. Por ejemplo, en la base de datos encontramos formas innovadoras como *e-mail* o *correo electrónico* que son mucho más usuales que *mensajear* o *e-maillear*. En cambio, las formas patrimoniales son mucho más frecuentes para los verbos (casi 10% más respecto a los sustantivos).

En los casos de los verbos tenemos casi siempre formas semejantes a “enviar un mensaje” o “enviar un *e-mail*”, que describen una acción con una forma verbal patrimonial expandida en la que el objeto está implicado en la misma estructura.

Al principio de la investigación se planteaba como una posible hipótesis que los jóvenes y los adultos maduros preferirían las formas innovadoras en oposi-

¹⁵ Se plantea este agrupamiento desde esta perspectiva porque se puede entender mucho mejor la variación léxica en los medios de comunicación interpersonales; además, porque desde esta perspectiva me parecía pertinente el análisis. En el apartado 4 del presente se profundizará en el análisis de estos cuatro atributos de la variable.

¹⁶ Según lo descrito por Robinson, Lawrence y Tagliamonte (2001) hay dos condiciones en las que no se puede efectuar un análisis con GoldVarb debido a que no habría variación: la primera, que llaman *knock-out*, es un caso en el que uno de los atributos de la variable no tiene ningún ejemplo; y la segunda, que llaman *singleton*, es un caso en el que una variable solo cuenta con un atributo.

ción a los adultos jóvenes. De acuerdo con los resultados, este supuesto no tiene sustento, ya que los porcentajes para este rubro muestran que los jóvenes y adultos jóvenes recurren a las formas innovadoras en 14% y 14.2%, respectivamente; mientras que los adultos maduros sólo lo hacen en 11.4%.

En suma, los datos indican que el grupo social de mayor edad es el que recurre menos a las formas innovadoras, quizás, por la forma en que esta generación se relaciona con la tecnología, el bajo interés hacia ella y las naturales diferencias generacionales.

Por otro lado, es relativamente claro que las formas léxicas usadas (*correo certificado, correo aéreo, telegrama urgente*) en los setenta son más socorridas por adultos maduros, luego por adultos jóvenes y, al final, por los jóvenes (58.2%, 53.9% y 46.8%, respectivamente). Mientras que para las formas patrimoniales no registradas en la publicación de los setenta (*colgar, telefonar, sonar*) la tendencia se invierte: 14.9% para jóvenes, 12.3% para adultos jóvenes y 10.1% para adultos maduros. En general, estas cifras permiten apuntar que la generación más joven tiene un repertorio léxico que se diferencia del de los informantes mayores, y, por tanto, su diferencia con los registros de los setenta es mayor. La generación intermedia comparte rasgos del repertorio léxico de ambas generaciones y los adultos mayores son el grupo de edad que se semeja más al cuestionario del *Léxico del habla culta de México*.

También, al formalizar esta investigación suponía que habría diferencias entre hombres y mujeres en la elección de estas formas; sin embargo, en esta muestra no ocurre. Los datos indican que, dada la semejanza en los porcentajes para cada una de las variables dependientes, no existen diferencias entre el uso de las formas innovadoras, formas patrimoniales y desconocimiento de las respuestas, ni estas se ven favorecidas por el sexo del informante. Veamos el siguiente cuadro en el que se relaciona la variable dependiente con el género:

Tabla 2. Tipos de formas y su manifestación según el sexo del informante

	FORMAS INNOVADORAS	FORMAS REGISTRADAS EN EL CUESTIONARIO DE LOS SETENTA	FORMAS PATRIMONIALES	DESCONOCIMIENTO DE LA RESPUESTA	TOTAL
Mujer	93 (13.4%)	364 (52.3%)	82 (11.8%)	157 (22.6%)	696 (50.0%)
Hombre	91 (13.1%)	373 (53.6%)	91 (13.1%)	141 (20.3%)	696 (50.0%)
	TOTAL				100%

Si consideramos la forma innovadora en su interacción con el desarrollo profesional y el bilingüismo, la tendencia se inclina en ambos casos hacia los grados más elevados de educación. Es decir, los informantes bilingües y con mayor formación profesional suelen usar más formas innovadoras (*sms, e-card, spam*), respecto a los informantes que no poseen esas condiciones sociales adquiridas (15.4% y 11.1% para el nivel de educación y 15% y 10.7% para el *bilingüismo*); mientras que el porcentaje de uso de las formas patrimoniales es semejante.

Las formas patrimoniales registradas en el cuestionario de los setenta (*giro, larga distancia, sobre*) presentan los siguientes porcentajes: 52.0% y 53.9% para el grado de educación y 52.1% y 54.1% para la variable *bilingüismo*. Igualmente, para las formas patrimoniales no incluidas en el cuestionario de los setenta la tendencia es la misma: 12.5% y 12.4% para el grado de educación y 12.9% y 11.7% para la variable *bilingüismo*.

Asimismo, se dibuja ligeramente una tendencia dentro de las relaciones entre variables y el atributo *desconocimiento de la respuesta*; a saber, que es cuantitativamente mayor para los informantes con grados menores de educación (20.1% y 22.7% para el grado de educación y 20.0% y 23.4% para la variable *bilingüismo*) en la que la variable se separa 3.4% de las ocurrencias. Sin embargo, aparentemente las diferencias no son tan marcadas como para afirmar que un hablante con mayor educación tenga dentro del repertorio léxico de los *medios de comunicación interpersonal* un número mayor de formas respecto a un hablante con un menor grado de escolaridad. Situación que dentro de otros dominios parece ser más notable e, incluso, justificaría la distinción entre habla culta y popular.

La tendencia quizás más predecible es la que sugiere que hay una relación entre formas y referentes existentes o novedosos; es decir, si un referente es innovador (*e-card*), la forma a la que los informantes recurren será también innovadora y viceversa. Efectivamente, las formas innovadoras son más recurrentes para conceptos novedosos, mientras que los vocablos patrimoniales existentes (*telegrafía*) se relacionan más fuertemente con las formas registradas en el cuestionario de los setenta.

Por último, las formas patrimoniales que no están presentes en el estudio de los años setenta (*teléfono público, teléfono inalámbrico, marcar* [el teléfono], *sonar* [el teléfono], *timbre* [del teléfono]) y las respuestas “cero” (*distribución del correo, carta con acuse de recibo, giro postal, telegrama ordinario, telegrama con respuesta pagada*) son mucho más numerosas para los vocablos agregados al cuestionario, fenómeno que puede explicarse por la naturaleza de los conceptos y el desconocimiento de ellos, respectivamente.

4. FACTORES QUE PODRÍAN DETERMINAR LA ELECCIÓN DEL LÉXICO

Después de analizar la relación de ciertas variables (grupo de edad, novedad del nombre del concepto solicitado, grado de educación, etcétera) respecto a si la selección léxica es una forma innovadora, una forma patrimonial de la lengua (solicitada en el cuestionario de los setenta o en la actualización de este trabajo) o condiciona el desconocimiento de la respuesta, se encontraron las evidencias que a continuación se describen para cada una de las diferentes posibilidades.

4.1. Las formas innovadoras

La posible selección de una forma innovadora (*e-card*) respecto a una forma patrimonial (*giro postal*) o el desconocimiento de la respuesta es, para el primer grupo de edad, de 0.532¹⁷ para los sustantivos, mientras que para los verbos es de 0.373, lo que significa que en la muestra es más probable que una forma innovadora sea un sustantivo que un verbo.

Respecto al condicionamiento de las formas innovadoras relacionadas con la edad de los informantes, se tiene que los adultos jóvenes, junto con los jóvenes, favorecen las formas innovadoras (0.530 y 0.527, respectivamente). Lo anterior permite adelantar una interpretación de los datos: la aparición de vocablos innovadores es más probable entre los 18 y los 40 años; y aunque para mayores de 45 años es menos usual (0.443), ellos también recurren a estas formas innovadoras (que en su mayoría son realidades socialmente novedosas).

En general, se podría explicar esto de una manera más puntual si se piensa en el referente *celular* o *teléfono celular*; que siempre será, dentro de la muestra, una forma que refiere a un elemento en particular. En este caso, no importa la generación que nombre un concepto innovador, ya que siempre será denominado con una forma novedosa, debido a que el referente es un concepto nuevo dentro de la lengua; mientras que *llamar por teléfono celular* puede ser enunciado de muchas formas: *hacer una llamada*, *llamar por teléfono* y más (formas expandidas no lexicalizadas).

¹⁷ Estos números están expresados respecto a la unidad, es decir 1.0 es totalmente probable y 0.0 es totalmente improbable. Para efectos estadísticos y de interpretación de los datos suele interpretarse, en la bibliografía, a la cifra 0.500 como refiriendo una probabilidad y a 0.499 como improbable. Es necesario puntualizar que, aún dentro de esta clasificación, puede haber matices, ya que la cifra 0.930 implicaría aun más certeza probabilística que una cifra 0.570.

Considerando la naturaleza de los referentes (nuevos o ya existentes) se adelanta que las formas innovadoras se asocian en un 0.938 a los vocablos que describen referentes nuevos en el cuestionario, fenómeno absolutamente esperable.

En resumen, la interacción de estas variables, luego de hacer el binomial de ascenso y descenso en GoldVarb 2001, muestra una hipótesis nula descartada con un resultado de $p=0.0061$ y 0.0027 en las dos mejores corridas. La variable lingüística que influye en la elección de las formas innovadoras es la de los sustantivos, mientras que las variables sociales que interactúan con la variable lingüística son el grado de educación junto con las formas léxicas nuevas dentro de la lengua. Entonces, podríamos anticipar que, si todas estas variables interactúan juntas, sería muy probable la aparición de una forma innovadora.

4.2. Las formas patrimoniales existentes

Cuando en el cuestionario se solicita un referente que ya existía en los años setenta (*correo, carta, sobre, teléfono, cabina, telégrafo, telegrama...*) es muy probable que tengamos formas patrimoniales registradas en las respuestas del *Léxico del habla culta de México*. Esta afirmación se confirma estadísticamente con un valor probabilístico de 0.745 o de alta probabilidad.

En cuanto a la variable “grupo de edad”, se tiene que estas formas son favorecidas por los adultos maduros y los adultos jóvenes (0.585 y 0.536, respectivamente), mientras que la generación menor la desfavorece con 0.460 de valor probabilístico. En términos lingüísticos, estos resultados se podrían interpretar como que el grupo de edad mayor preferirá estas formas mientras que el grupo más joven las usa, pero en menor medida. Además, se puede asumir que, si la forma patrimonial se encuentra registrada en la publicación del *Léxico del habla culta de México* y el concepto existe aún, desde los setenta, es muy probable que se siga usando.

Los resultados de la herramienta estadística apoyan la postura de que no hay factores interactuando que motiven la variación. La hipótesis nula fue rechazada con cifras de $p=0.1346$ para las dos mejores corridas.

4.3. Las formas patrimoniales novedosas

Es mucho más frecuente que un verbo sea una forma patrimonial novedosa (*telefonar, saludar, colgar*); la herramienta de regresión logística apunta a que las posibilidades de aparición de estas formas son de un 0.777 respecto a un 0.423, para los sustantivos.

Otro dato que parece relevante destacar es que, en oposición a las formas patrimoniales preexistentes, la tendencia para los grupos de edad se revierte. Podría decirse que los informantes más jóvenes favorecen mayormente estas formas frente a los grupos de mayor edad (0.560 para los más jóvenes, 0.505 para los adultos jóvenes y 0.436 para los adultos maduros), cifras que denotan, seguramente, diferencias generacionales.

Este tipo de formas, por razones obvias, son favorecidas en contextos en los que se solicita un referente novedoso dentro del instrumento. Las cifras aportadas por GoldVarb 2001 dicen que la posibilidad de que ocurran es de 0.800 frente a un 0.325 respecto a los conceptos existentes en la década de los setenta.

Para esta variable dependiente sí tenemos factores que interactúan e influyen en la elección de la forma léxica. Los resultados estimados por GoldVarb 2001 rechazan la hipótesis nula. Esto se podría interpretar como que se acepta la hipótesis en la que interactúan varios factores con una cifra de $p=0.0121$ en las dos mejores corridas.

Los factores que interactúan e influyen en la elección de estas formas patrimoniales novedosas son la categoría gramatical y el tipo de concepto; esto es, los verbos que refieren a conceptos recién incorporados al sistema son formas patrimoniales novedosas que en algún nivel son favorecidas mucho más por los jóvenes que por los grupos de mayor edad.

4.4. Las respuestas “cero” o el desconocimiento de la respuesta

Como último atributo considerado dentro del análisis se encuentran las respuestas equivocadas o la no respuesta, mismas que fueron agrupadas bajo el nombre *respuestas “cero”*.

En general, la tendencia para esta variable apunta hacia que las respuestas equivocadas o el desconocimiento de las respuestas se asocian mayormente con las formas sustantivas que con las formas verbales (0.534 para sustantivos y 0.366 para verbos) y que no existe otra variable relevante.

Esto es fácil de explicar si se considera que al desconocer un referente la respuesta sería “cero”, mientras que, para las formas verbales, siempre es más sencillo referir a un proceso con verbos de semántica ligera como *hacer* o verbos con rasgos semánticos semejantes, por ejemplo.

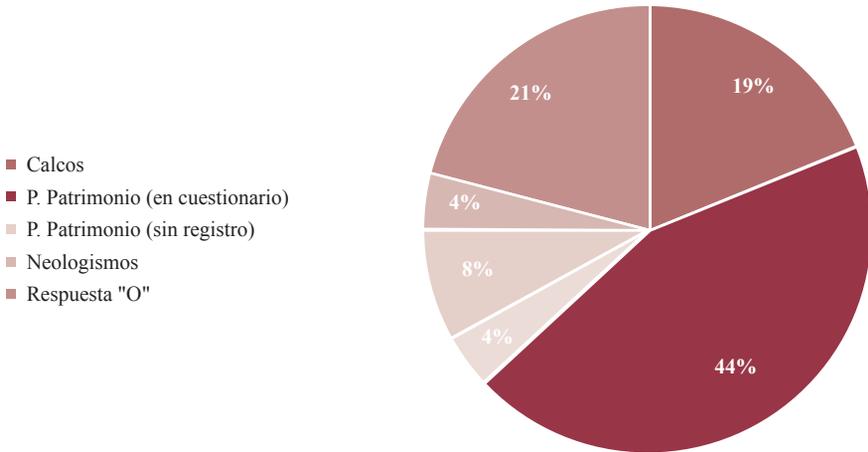
Por último, todo indicaría que en la muestra no hay un factor que propicie, dentro de las variables independientes, la respuesta “cero”. Lo dicho antes está sustentado por la cifra de $P=0.7464$ que acepta la hipótesis nula para las dos

mejores corridas; en general, se puede decir que no hay una hipótesis de variación para el desconocimiento de la respuesta.

5. CONCLUSIONES

Para describir el fenómeno de elección del repertorio léxico hay cuatro variables que deben ser consideradas: si la palabra es innovadora desde la perspectiva del préstamo (calcos y anglicismos léxicos integrales); si las formas patrimoniales refieren objetos y conceptos desde, cuando menos, los años setenta; si las formas novedosas están formadas por recursos patrimoniales de la lengua (neologismo y forma patrimonial no solicitada en el cuestionario de los setenta); y las respuestas “cero” o desconocimiento de un vocablo. Panorama que se puede apreciar en la siguiente gráfica:

Gráfica 3. Representación porcentual de los ítems léxicos obtenidos



A partir de la gráfica anterior se pueden plantear algunas últimas ideas que complementarían lo dicho hasta ahora, por ejemplo: tenemos un 44% de formas registradas en el cuestionario de los años setenta que se mantienen en uso, situación que reflejaría el cambio en las dinámicas y surgimiento de nuevas realidades relacionadas al campo de los medios de comunicación interpersonal; además, se observa que el 21% de las respuestas implican un desconocimiento del concepto, situación que se explica por la obsolescencia social de estas realidades.

En términos de la innovación léxica, se puede ver que en esta área de interés hay un alto número de calcos (19%) y muy pocos anglicismos léxicos integrales (4%). La explicación que se puede dar a esto es que en correos electrónicos, por ejemplo, hay una práctica habitual de localización y traducción de los contenidos que se ve reflejada en los hábitos léxicos de los hablantes.

Por último, el 12% de los ítems léxicos son neologismos generados con recursos propios del español (8%) y palabras que no se registraron en el cuestionario de los setenta pero que forman parte del caudal léxico del español (4%). Esto evidencia la hegemonía tecnológica que tiene la cultura anglosajona (estadounidense) sobre la nuestra, misma que se ve reflejada en la innovación léxica, en nuestra lengua.

En cuanto al condicionamiento de las variables, las respuestas equivocadas o desconocimiento del referente o concepto solicitado son más usuales para vocablos del campo referencial del telégrafo, mismo que ha caído en desuso, mientras que para el campo del correo los informantes muestran mucha más familiaridad. En el campo del teléfono se registran menos respuestas equivocadas o en blanco, esto indicaría que socialmente los conceptos asociados al área son mucho más difundidos, evidencia de la popularidad de los teléfonos celulares en nuestros tiempos.

Las formas innovadoras o préstamos suelen ser sustantivos, mientras que los verbos son más resistentes a estas innovaciones, aunque si las hay, radican en el uso de otras formas patrimoniales que no se usaban en los años setenta.

Los informantes más jóvenes recurren a las formas innovadoras o préstamos en mayor grado que los informantes del grupo generacional de más de 45 años; en cambio, las formas innovadoras formadas por recursos patrimoniales del español son mayormente socorridas por informantes más viejos. Situación que, si es observada dentro de una línea o *continuum*, permitiría ver al repertorio léxico de los jóvenes como más alejado o diferenciado respecto al repertorio de la generación mayor y viceversa. La generación intermedia o de adultos jóvenes, justo en medio de este *continuum*, compartiría rasgos de ambas generaciones.

En cuanto al grado de educación y bilingüismo, los informantes de mi muestra, con formación profesional y dominio de dos o más lenguas, favorecen las innovaciones léxicas que se podrían englobar en la categoría *préstamos*. Estas formas innovadoras se asocian, como era esperable, con los referentes más nuevos en la lengua, mientras que las formas léxicas patrimoniales se vinculan, fuertemente, con los conceptos registrados en el cuestionario de la década de los setenta.

La interacción de fenómenos lingüísticos y sociolingüísticos es pertinente en la elección de algunos ítems léxicos. Como hemos visto antes, las formas innovadoras son favorecidas por informantes de 18 a 24 años, sin hacer distinción de su sexo. También hay que aclarar que, si la forma léxica es un sustantivo, de origen reciente dentro del patrimonio de la lengua y enunciada por un hablante

bilingüe, es muy probable que sea un neologismo formado por recursos del sistema, un calco o un anglicismo léxico integral.

Las formas léxicas patrimoniales registradas en el cuestionario de los setenta se asocian más fuertemente con el grupo de edad mayor, mismo que las favorece, mientras que las formas léxicas patrimoniales no registradas en el cuestionario de los años setenta se asocian con las formas verbales, los hablantes jóvenes y el tipo de concepto, en este caso, novedoso dentro del acervo de la lengua. Los factores que interactúan para la elección de estos vocablos son la forma verbal y que el concepto sea novedoso; esto es, cuando un concepto solicitado en el cuestionario, además de ser un verbo, representa una innovación dentro de la lengua, la respuesta muy probablemente será una forma innovadora formada por recursos patrimoniales, la cual no se registró en el cuestionario de los setenta.

Para el campo de los medios de comunicación y mi muestra, el sexo de los informantes no es un factor condicionante de la elección léxica y de formas innovadoras.

Por otra parte, tenemos un fenómeno muy claro de muerte o arcaicidad léxica vinculada con el grupo más joven, así como se asocia a este grupo el uso de formas innovadoras. Lamentablemente, el uso de las tecnologías, su popularidad y avances significativos nos han llevado a que el domino y los referentes de telégrafo sean desconocidos u olvidados hasta por informantes de la tercera generación.

El telégrafo, como medio de comunicación, y sus dinámicas han caído en desuso. Situación que se traduce en que este dominio esté lleno de arcaísmos léxicos fuertemente asociados a las generaciones más jóvenes; este cambio en el campo léxico es la consecuencia de cambios sociales y estructurales (de la dependencia del gobierno), que se pueden constatar en el hecho de que las oficinas de telégrafos ya no son independientes, sino que TELECOMM, otra dependencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), las absorbió y su giro principal ya no es la de envío de telegramas o que los telegramas no son cifrados en código Morse, sino que son correos electrónicos que se envían a otras oficinas.

Las respuestas “cero” son más frecuentes para el dominio del telégrafo (51.4%), luego para el correo (22.8%) y para el teléfono (11.4%), lo que permite sostener la idea de que la comunicación asociada con el teléfono es más frecuente y, por tanto, los hablantes están más familiarizados con el repertorio léxico de este dominio.

Por último, las innovaciones en este campo están determinadas por la ausencia o presencia del referente en el mundo material de los informantes y las propias dinámicas de comunicación; por ejemplo, ahora no existe la diferencia entre *correo aéreo, terrestre o por barco*, ya que la mayoría de las entregas o, por lo menos, las interatlánticas son siempre aéreas. Lo que ha orillado a que se asuma que toda entrega no local sea aérea y, por tanto, sea inútil su distinción.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, Enrique y María A. Martínez. 1997. *Diccionario de lingüística moderna*. Madrid: Editorial Ariel.
- Alonso, Margarita. 2012. “Sobre por qué un grupo de palabras puede ser una sola palabra sin ser paradójico” en Esteban T. Montoro (ed.). *Neología y creatividad lingüística*. Valencia: Universitat de València, pp. 115-136.
- Auger, Pierre, Guilles Godbout y Pierrette Vachon-L’Heurex. 1978. *Methodologie de la recherche terminologique*. Quebec: Office de la langue française, Service des travaux terminologiques.
- Ávila, Antonio y Juan Villena (eds.). 2010. *Variación social del léxico disponible en la ciudad de Málaga. Diccionario y análisis*. Málaga: Editorial Sarriá
- Bastuji, Jaqueline. 1974. “Aspects de la néologie sémantique”, *Langages. La néologie lexicale* 36: 6-19.
- Celestin, Tina, Giles Godbout y Pierre Vachon-L’Heurex. 1990. *Methodologie de la recherche terminologique pontuelle: Essai de définition*. Quebec: Oficce de la langue française.
- Cruz, Juan C. 2012. “Cofetel: 87 de cada 100 mexicanos tienen celular”, *Proceso* 2084, en <<http://www.proceso.com.mx/318197/cofetel-87-de-cada-100-mexicanos-tienen-celular>> [Consultado el 10 de octubre de 2016].
- Díaz, María T. 2007. “Aproximación lingüística a la neología léxica” en Martín, Juan C. y María I. Rodríguez (eds.). *Morfología: Investigación, docencia, aplicaciones. Actas del II Encuentro de Morfología: Investigación y Docencia*. Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura, pp. 33-54.
- Dubois, Jean, Mathé Giacomo, Luis guespin, Christiane Marcellesi, Jean-Baptiste Mercelesi y Jean-Pierre Mével. 1994. *Diccionario de lingüística*. Madrid: Alianza Editorial.
- Franco, Erik D. 2016. *El anglicismo en el español nacional de México*, tesis de doctorado. México: Programa de doctorado en lingüística, El Colegio de México.
- González, Gloria. 2003. El bilingüismo simultáneo familiar: un estudio contrastado de las estrategias discursivas de los padres según los investigadores y los padres, *ELIA* 4: 159-174.
- Guilbert, Louis. 1975. *La créativité lexicale*. Paris: Larousse.
- Guiraud, Pierre. 1960. *La semántica*. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Hernández, Juan M. y Manuel Almeida. 2005. *Metodología de la investigación sociolingüística*. Málaga: Ed. Comares.
- Katamba, Francis y John Stonham. 1993. *Morphology*. New York: Palgrave.
- Labov, William. 1996 [1994]. *Principles of Linguistic Change. Vol. 1: Internal Factors*. Oxford: Blackwell.
- Labov, William. 2006 [1966]. *The Social Stratification of English in New York City*. Cambridge: Cambridge.
- Lara, Luis F. 2006. *Curso de lexicología*. México: El Colegio de México.
- Lope, Juan M. (dir.). 1978. *Léxico del habla culta de México*. México: UNAM.

- Lope, Juan M. 1986. *El estudio del español hablado culto: Historia de un proyecto*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martinet, André. 1974. *Elementos de lingüística general*. Madrid: Gredos.
- Molina, Claudio. 2010. *Proceso de extracción, validación e integración y análisis lingüístico de una terminología: el caso del buceo recreativo*, tesis de maestría. México: Programa de maestría y doctorado en lingüística, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Molina, Claudio. 2015. *Neologismo y neologicidad: Hacia una caracterización del fenómeno en el español*, tesis de doctorado. México: Programa de maestría y doctorado en lingüística, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Muller, Charles. 1973. *Estadística lingüística*. Madrid: Gredos.
- Rabanales, Lidia (dir.). 1987. *Léxico del habla culta de Santiago de Chile*. México: UNAM.
- Rey-Debove, Josette. 1998. *La linguistique du signe: une approche sémiotique du langage*. Paris: Armand Colin.
- Robinson, John, Helen Lawrence y Sali Tagliamonte. 2001. "GOLDVARB 2001: A Multivariate Analysis Application for Windows", en <http://www.romanistik.uni-freiburg.de/pusch/Download/variacionismo/Goldvarb_20012001_User_manual.pdf> [Consultado el 14 de marzo de 2016].
- Saussure, Ferdinand de. 1993 [1913]. *Curso de lingüística general*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Schifko, Peter. 1992. "Lexicología y semántica", *Lexikon der Romanistischen Linguistik* VI (1): 132-148.
- Ullman, Stephen. 1977. *Semantics. An Introduction to the science of meaning*. Oxford: Basil Blackwell.

APÉNDICE I. CUESTIONARIO PARA LA OBTENCIÓN DE ÍTEMS LÉXICOS

1. (2684) ¿Cómo se llama el servicio público cuya misión es transportar la correspondencia, cartas personales, estados de cuenta bancarios, promocionales...?
2. (2685) ¿Cómo se llama el hecho de llevar la correspondencia desde un lugar hasta su destino?
3. (2688) ¿Cuál es el nombre genérico que se le da al servicio particular de entrega de paquetes a diferentes destinos, es decir, cómo se llamaría el servicio, no la empresa prestadora de servicios?
4. (2691) ¿Cómo se llama a la(s) hoja(s) de papel escritas, dobladas y que se introducen en un sobre que sirven, mediante su envío, para comunicarse con otras personas?
5. (2692) ¿Y las que por medio de un pago adicional y un documento se hace constar que se ha enviado?
6. (2693) ¿Y las que van acompañadas de un documento que hay que firmar para acreditar que fue recibida?
7. ¿Cómo se llama este mismo concepto, es decir, un documento de texto que envía una persona a otra desde una dirección electrónica y que se puede consultar en una computadora con conexión a internet?
8. (2711) ¿Cómo se llama el envoltorio en el que se mete una carta que es de papel y plano?
9. (2714) ¿Cómo se llama la persona a la que va dirigida una carta tradicional o electrónica?
10. (2713) ¿Cómo se llama al conjunto de datos que se escribe sobre una carta, fuera de ella y que sirve para que esta llegue a su destino?
11. (2715) ¿Cómo se llama la persona que envía una carta tradicional o electrónica?
12. ¿Cómo se llama a la información indispensable para que una carta electrónica llegue a su destino?
13. (2700) ¿Cómo se llama a la acción de ir a la oficina de correos con una carta para que sea expedida?
14. (2703) ¿Cómo se llama a la persona que reparte la correspondencia?
15. ¿Y la que reparte mensajería?
16. ¿Cuál es el nombre genérico de “aquello” o “aquél” que reparte las cartas electrónicas?
17. ¿Cómo se llama a la acción de enviar cartas electrónicas?
18. (2709) ¿Cómo se llama el receptáculo en que se coloca la correspondencia tradicional para que se distribuya?
19. (2710) ¿Y la acción de introducir la correspondencia en él?
20. ¿Y el apartado dentro de una dirección de correo electrónico en el que se muestra una relación de la correspondencia enviada?

21. ¿Y el apartado en el que se encuentra la correspondencia que aún no se envía por no estar terminada aún?
22. (2695) ¿Cómo se llama la cartulina que por un lado lleva imágenes y por el otro saludos o noticias breves?
23. Y si es digital y se puede ver en el monitor de una computadora, ¿cómo se llama?
24. ¿Cómo se llama el apartado dentro de una dirección de correo electrónico en el que se aloja la correspondencia entrante?
25. ¿Y el apartado en el que se alojan o guardan los correos desechados?
26. ¿Y el apartado de los que preferirías no recibir?
27. (2697) ¿Cómo se llama el dinero que se envía por el correo?
28. (2699) ¿Y cómo se llama la acción de enviarlo?
29. (2706) ¿Cómo se llama a la pequeña ilustración cuadrada que tiene un valor y se pega a una carta tradicional para que llegue a su destino?
30. (2708) ¿Y la acción de adherir esta pequeña ilustración cuadrada sobre la correspondencia?
31. (2718) ¿Cómo se llama al aparato que sirve para tener una conversación entre dos o más personas que no se encuentran en el mismo sitio y que está fijo en un domicilio?
32. ¿Y el que se encuentra en la calle, fijo y que puede ser usado por cualquiera que lo desee?
33. ¿Y el que se puede usar en movimiento, generalmente pequeño y que su uso está condicionado a que tenga recepción?
34. (2720) ¿Cómo se llama el hecho de que una persona se ponga en contacto con otra por medio del teléfono?
35. (2721) ¿Cómo se llama la parte del teléfono que sirve para marcar el número de teléfono al que deseamos marcar?
36. (2723) ¿Y cómo se llama esta acción?
37. (2727) ¿Cómo se llama la acción que nos indica mediante ruido que alguien quiere comunicarse con nosotros?
38. ¿Cómo se llama ese ruido?
39. (2728) Si llamamos a un teléfono y la persona que buscamos está, a su vez, hablando con otra persona, ¿cómo se dice que está el teléfono?
40. (2729) ¿Cómo se llama a la acción de terminar una llamada?
41. ¿Cómo se llama a la comunicación telefónica con alguien que no está en la misma ciudad, ya sea fuera del país o en provincia?
42. (2732) ¿Cómo se contesta al teléfono? ¿Qué dices cuando lo haces?
43. (2733) ¿Cómo se llama el pequeño recinto que hay en algunos lugares para el teléfono?
44. (2734) Nombre de la pieza metálica redonda para hacer uso de los teléfonos públicos.

45. ¿Y la pieza plana con un chip que sirve para usar otro tipo de teléfonos públicos?
46. ¿Cómo se llama la acción de enviar un tipo de recado desde un teléfono celular a otro?
47. ¿Y cuál es el nombre que recibe este tipo de recado?
48. (2739) ¿Cómo se llama el dispositivo para comunicarse desde la puerta de entrada de una casa con un sitio en el interior de esta?
49. ¿Cómo se llama a la posibilidad de que más de dos personas hablen por teléfono en una charla colectiva?
50. (2738) ¿Cómo se llama el tipo de teléfono que sirve para comunicarse de una habitación a otra en la misma oficina o casa?
51. ¿Cuál es el nombre genérico que recibe la empresa que brinda el servicio de telefonía de casa y pública?
52. ¿Y el de la telefonía móvil?
53. (2740) ¿Cómo se llama el servicio encargado de transmitir mensajes a distancia, mediante un código especial, como el Morse, por ejemplo?
54. (2741) ¿Y el mensaje que se envía?
55. (2742) ¿Cómo se llama o se dice que es el telegrama que no exige la máxima rapidez en su expedición?
56. (2743) ¿Y el que sí la exige?
57. (2747) ¿Cómo se llama o se dice que es el telegrama cuando uno paga el que debe enviarle el destinatario?
58. (2750) ¿Y el lugar donde se entrega el texto del telegrama?