



Cuadernos de Lingüística Hispánica

ISSN: 0121-053X

cuadernos.linguistica@uptc.edu.co

Universidad Pedagógica y Tecnológica de
Colombia
Colombia

OLAYA AGUILAR, VICTORIA

El apodo en Cartagena: propuesta de una tipología semántica

Cuadernos de Lingüística Hispánica, núm. 23, enero-junio, 2014, pp. 29-48

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Tunja-Boyacá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322229950003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El apodo en Cartagena: propuesta de una tipología semántica*

VICTORIA OLAYA AGUILAR* *
victoriaolayaagUILAR@gmail.com

Recepción: 27 de septiembre de 2012
Aprobación: 26 de mayo de 2013

* Artículo de investigación científica que se desprende del proyecto titulado *"Háblate perilla": Análisis sociolingüístico del apodo como nominalizador en la comunidad de habla cartagenera* (2012), presentada como requisito para optar al título como Profesional en Lingüística y Literatura de la Universidad de Cartagena.

** Profesional en Lingüística y Literatura de la Universidad de Cartagena, Colombia. Integrante del Grupo de Investigación GIESCAH.

Resumen

La lengua desempeña un papel muy importante en la vida humana, pues a través de esta un individuo puede manifestar sentimientos y emociones; estrechar relaciones con un grupo o tomar distancia de este. En fin, puede manifestar sus visiones de mundo. Es por ello que estudiar la lengua no solo permite abordarla desde su estructura, sino que también permite analizar al hombre en interacción, al hombre circunscrito en un espacio social. Dentro de esas interacciones encontramos el uso de apodos, como una manera de interpretar la realidad, práctica muy común en Cartagena, y que constituye el objeto de estudio del presente trabajo, cuyo propósito es, entre otros, caracterizar desde un punto de vista socio-semántico los apodos empleados por los miembros de dicha comunidad.

Palabras clave: apodo, signo lingüístico, semántica, motivación, arbitrariedad, denotación, connotación.

Nicknames in Cartagena: towards a semantic typology

Abstract:

Language plays an important role in human life; through language, individuals can express their feelings and emotions, strengthen relationships with a group or keep distance from it. In other words, they can express their perspective of the world. That is why studying language not only allows the study of its structure, but also the analysis of interaction between human beings, circumscribed in social space. Among these interactions we find the use of nicknames as a way to interpret reality, a very common practice in Cartagena, which is the subject of study in this paper. The purpose of this work is to characterize the nicknames used by members of this community from a socio-semantic point of view.

Key Words: Nickname, linguistic sign, semantics, motivation, arbitrariness, denotation, connotation.

Le surnom à Cartagena: proposition d'une typologie sémantique

Résumé

La langue joue un rôle très important dans la vie humaine, car à travers celle-là un individu peut exprimer des sentiments et des émotions, faire que les relations avec un groupe soient plus étroites, ou prendre des distances avec celui-ci. En fin, il peut exprimer ses visions du monde. C'est pour cela que le fait d'étudier la langue permet, pas seulement de l'aborder dès son structure, mais d'analyser l'homme en interaction, l'homme circonscrit dans un espace social. Dans ces interactions, nous trouvons l'utilisation des surnoms, comme une manière d'interpréter la réalité, une pratique très courante à Cartagena, et qui permet de constituer l'objet d'étude de ce travail, dont le propos est, entre autres, celui de caractériser les surnoms utilisés par les membres d'une communauté, à partir d'un point de vue socio-sémantique.

Mots clés: surnom, signe linguistique, sémantique, motivation, arbitraireté, dénotation, connotation.

O apelido em cartagena: proposta de uma tipologia semântica

Resumo:

A língua tem um papel importante na vida humana, é a traves dela que uma pessoa pode manifestar sentimentos e emoções; estreitar relações com um grupo o distanciar-se dele. Afinal pode expressar suas visões de mundo. É por isso que estudar a língua não só permite abordá-la desde sua estrutura, mas também permite analisar o homem na sua interação, ao homem inserido num espaço social. Dentro de essas interações achamos o uso de apelidos como uma maneira de interpretar a realidade, pratica muito comum em Cartagena (Colômbia) e que constitui o objeto de estudo do presente trabalho, cujo propósito é, entre outros, caracterizar desde um ponto de vista sócio- semântico os apelidos mais usados nessa comunidade.

Palavras Chave: apelido, signo linguístico, semântica, motivação, arbitrariedade, denotação, conotação.

Introducción

¿Tiene usted un apodo?, ¿lo conoce?, ¿le gusta cómo le dicen?, ¿no le gusta que lo apoden pero sí apoda a otros? Como estas podríamos hacer muchas otras preguntas acerca de esta práctica discursiva y, curiosamente, todas las respuestas apuntarían a una sola conclusión: nadie se escapa de tener un apodo. Y es que apodar o ser apodado supera barreras de tiempo, espacio, status social, edad o sexo; es decir, apodar es un acto común para cualquier ser humano.

Sin embargo, el acto de apodar es más recurrente en unas comunidades que en otras; por ejemplo, en una ciudad tan alegre y festiva como Cartagena, llena de colores y de una rica variedad cultural, esta práctica discursiva es particularmente muy importante dentro de la interacción de sus habitantes. Cartagena es el ambiente propicio para pescar en su inmenso mar una serie de apodos alegres, divertidos, festivos, y en algunos casos insultantes, groseros e hirientes. Es así como la gran mayoría de sus habitantes emplean apodos que, por su constante uso, se convierten en elementos comunes del habla cotidiana de la ciudad.

De aquí en adelante entonces, daremos cuenta del apodo como aquél término que reemplaza el nombre propio de una persona, y cuyo propósito es el de nominalizar de una manera jocosa, amorosa, y/o insultante. Es necesario mencionar que no se hará distinción entre apodo, sobrenombre, hipocorístico o alias, sino que todos estos términos serán vistos aquí en comparación con el nombre propio que se le asigna a una persona.

Con el fin de analizar este fenómeno discursivo, abordaremos el apodo desde tres perspectivas: socio-semántica, semántica, y morfológica. La propuesta culmina con una breve tipología semántica. Básicamente, todos los conceptos que se tratarán a continuación serán expuestos a través de ejemplos que han sido recogidos en un corpus de apodos usados por diversos hablantes de la ciudad de Cartagena.

1. Lo socio-semántico del apodo

Cuando hablamos del lenguaje, de inmediato pensamos en la capacidad que nos hace diferentes y superiores a cualquier ser en la naturaleza; en efecto, el lenguaje es la facultad que permite comunicarnos y constituirnos como seres sociales. Y precisamente, este es el enfoque de estudio de Halliday (1994), un autor que analiza el lenguaje como semiótica social, y que servirá como punto de partida para entender el apodo como práctica socio-discursiva en la comunidad de habla cartagenera. De acuerdo con este autor, la “lengua” es

[...] el canal principal por el que se transmiten los modelos de vida, por el que se aprende a actuar como miembro de una “sociedad” [...] y a adoptar su “cultura”, sus modos de pensar y de actuar, sus creencias y sus valores (p. 18).

El lenguaje es un acto evidentemente social que integra un individuo a un grupo y lo vuelve persona en la medida en que este adopta su cultura. Sin embargo, lo que un hablante puede significar deberá ir acorde con el contexto de situación en el que se desenvuelve. De tal manera que nosotros “no experimentamos el lenguaje en el aislamiento [...], sino siempre en relación con algún escenario, con algún antecedente de personas, actos y sucesos de los que derivan su significado las cosas que se dicen” (Halliday, 1994, p. 42).

El lenguaje funciona, entonces, en “contexto de situación”, concepto que hace referencia a aquellos elementos relevantes que se presentan al momento de emitir un discurso. Dentro de estos elementos se encuentran el *registro*, el *campo*, el *tenor* y el *modo*. El primero hace alusión a la forma en que la lengua que hablamos o escribimos puede variar de acuerdo con el tipo de situación; como hace parte de la capacidad comunicativa del hablante, es el que le permite “saber cómo distribuir las unidades lexicológicas de un texto de acuerdo con los distintos tipos de utilización del lenguaje” (Halliday, 1994, p. 47). Por lo tanto, “un registro es lo que usted habla (en un momento) determinado por lo que hace (naturaleza de la actividad social que realiza)” (p. 50).

Según Halliday, el registro tiene tres variables reguladoras: *campo*, *tenor* y *modo*. Cada uno de estos componentes de la situación tiende a determinar la selección de opciones en un componente correspondiente en la semántica, a saber: el *campo* determina la selección de significados experienciales; el *tenor*, la selección de significados interpersonales, y el *modo*, la selección de significados textuales. Es esto lo que Halliday (1994) denomina: “la estructura semiótica de la situación”.

De acuerdo con el concepto de *registro*, previamente analizado, las situaciones en el acto de apodar pueden ser totalmente reconocidas por los hablantes, de allí que podamos identificar en estas situaciones un *campo*, un *tenor* y un *modo*: el *campo* lo conforman las conversaciones cotidianas en las que son emitidos los apodos; el *tenor*, se relaciona con los roles de apodador y apodado de los participantes; y el *modo* es oral, pues esta práctica tiene lugar en los discursos cotidianos orales.

2. El apodo en la semántica lingüística

Para analizar el apodo en esta perspectiva, partiremos de la concepción semántica planteada por Guiraud (1997), para quien es “un proceso complejo que implica las cosas, su imagen mental, la formación de los sonidos, la audición y la formación de la imagen en la mente del oyente” (p.12). Entre sus planteamientos asume la semántica lingüística como la semántica por excelencia, puesto que estudia las palabras y el sentido de ellas en el seno del lenguaje, pero también estudia los cambios de sentido, que es lo que sucede con el apodo.

Como quiera que cuando hablamos de apodo debemos hablar de nominación; cabe aclarar que entendemos este término como el “dar un nuevo nombre a un concepto” (Guiraud, 1997, p. 55). Este autor también menciona el término “doble función de la nominación” (p. 43), que hace referencia a que una palabra bien puede designar de manera objetiva un concepto, o matizar el concepto con asociaciones expresivas. De ahí que, dentro de la nominación introduzca los conceptos de nominación cognitiva, y nominación expresiva. Esta última es importante para aproximarnos a nuestro objeto de estudio, ya que alude a la creación de un nombre con la finalidad de designar una cosa bajo cierto aspecto. En palabras de este autor,

[...] la nominación expresiva la designa en relación con el que habla y expresa su valor afectivo, desiderativo, estético, moral, que el lector atribuye. No se trata tan solo de identificar el objeto, sino de expresar al mismo tiempo los valores extranocionales que matizan su sentido (p. 67).

Podríamos considerar entonces, desde la semántica del autor en mención, que un apodo es un signo que constituye “un excitante, un estímulo cuya acción provoca en el organismo la imagen recordativa de otro estímulo” (p. 16), y que sirve como instrumento de comunicación. De esta manera, cuando decimos, por ejemplo, “*Bigote e’ Brocha*” se alude a un signo real, la brocha, que nos evoca

la imagen de un hombre que tiene el bigote bastante poblado. Estos signos o estímulos asociados se constituyen en signos artificiales de factura humana y, al mismo tiempo, en signos de comunicación.

Aquí entra a jugar un papel muy importante el conductismo¹, puesto que según este planteamiento, “todo estímulo deja una huella mnemónica en el organismo, que todo nuevo estímulo idéntico o asociado al primero puede hacer resurgir” (Guiraud, 1997, p. 17). En este sentido, cuando le dicen a alguien: “*Nalga e’ ponqué*”, existe un estímulo que ya todos hemos interiorizado: “el ponqué”, una gran torta o pudín que la mayoría de las veces tiene forma redonda y es repartido a todos los asistentes de una fiesta. Entonces, cuando se ve a una persona con el trasero bastante pronunciado, nos evoca un estímulo idéntico al primero: “el ponqué”, de ahí surge un nuevo símbolo que representará en adelante a esa persona.

Es así como aparece el proceso de significación, el cual “asocia un objeto, un ser, una noción, un acontecimiento, a un signo susceptible de evocarlo” (Guiraud, 1997, p. 16). Así sucede con el ejemplo anterior y con muchos otros, tales como: “*Mango chupado*”, apodo que denomina a una persona que se peina con los pelos “parados”, semejante a la forma como queda un mango al terminarlo de chupar; o “*Memín*”, apodo que proviene del nombre de un personaje de historieta, pero en este caso, se le llama así a una persona cuyo físico es parecido al de dicho personaje.

Queda claro entonces que el apodo es una creación lingüística con una fuerte carga semántica, que busca relacionar este nuevo nombre asignado, con las características físicas o psicológicas que una persona tenga.

2.1 El apodo como nombre motivado

El hombre tiene una constante necesidad de nombrar las cosas, personas o animales que lo rodean, con el propósito de identificarlos. Así pues, cuando nace una persona, se le asigna un nombre para diferenciarlo nominalmente del resto. De la misma manera nos sucede al comprar una mascota, o cuando los niños tienen un juguete nuevo, en fin lo que se busca es poner a ese sujeto u

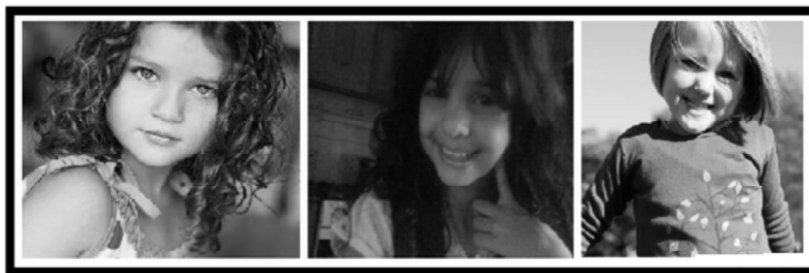
¹ Guiraud (1997) considera la significación como un proceso psíquico, debido a que todo ocurre en la mente. Así pues, explica que la naturaleza de la asociación, un signo como estímulo asociado a otro estímulo, que evoca una imagen mental, “constituye el problema fundamental del conductismo (behaviorismo) o psicología de la conducta” (Guiraud, 1997, p. 17).

objeto una marca identitaria. Entonces, teniendo en cuenta que tanto el nombre propio como el apodo son nuevas nominaciones para identificar una realidad, ¿serán ambos motivados, o arbitrarios?, o ¿habrá alguna diferencia?

Antes de responder a estas preguntas, es importante mencionar que según Guiraud (1997), existe arbitrariedad cuando la relación entre el significante y significado es puramente convencional, mientras que existirá motivación en el caso contrario, cuando exista una verdadera relación entre significante y significado (p. 28). Ahora, demos solución a los interrogantes planteados.

Hagamos un ejercicio de reconocimiento de fotografías (Ver figura 1):

Figura 1. Ejercicio de reconocimiento de fotografías



Fuente: adaptación propia basada en imágenes tomadas de: <http://www.detodopeinados.com/2011/12/cortes-de-pelo-para-ninas-y-ninos-muy-lindos/>

De las anteriores fotografías, ¿quién es Laura?, ¿quién es Sofía?, ¿quién es Marcela? Quizás podamos asignarles un nombre a cada una, pero ¿cómo sabemos si es el que realmente les corresponde? Precisamente no podríamos saberlo, pues el nombre que se le asigna a un bebé al nacer, o desde antes, no corresponde con sus características o actitudes propias, ya que solo cuando este crezca manifestará tales actitudes. En últimas, el nombre propio es un signo arbitrario y, por lo tanto, la relación entre la persona (significado) con su nombre (significante) es puramente convencional.

Aunque se podría argüir que existen nombres con significado, lo que los hace ser signos motivados; por ejemplo, “Melissa” significa dulce como la miel, y Andrés significa inteligente, autoritario y diligente; estos significados son bastante altisonantes y un poco apresurados como para caracterizar a una persona

que apenas comienza a vivir. Más bien, podría tratarse de forjar un destino mediante ese nombre. Pero, en tal caso, aunque esa sea la motivación en principio, esta se pierde. Precisamente, a esto hace alusión Guiraud (1997) cuando habla de la desmotivación:

Toda palabra es siempre motivada en su origen y conserva esa motivación por más o menos un tiempo, según los casos, hasta el momento en que acaba por caer en la arbitrariedad, dado que la motivación ha cesado de ser percibida (p. 33).

Lo anterior es lo que sucede con el nombre propio, y aquí volvemos al carácter arbitrario del mismo, o ¿acaso todas las Melissas son dulces como la miel, tal como significa su nombre? Creemos que no.

Figura 2. Reconocimiento de fotografías



Fuente: adaptación propia basada en imágenes tomadas de: <http://espectaculitos.zona7.com/las-10-celebridades-más-feas>

Ahora, hagamos otro ejercicio de reconocimiento de fotografías (ver Figura 2). ¿A quién le dicen "*El Peque*"?, ¿a quién le dicen "*Aborto e' mico*"?, o ¿quién de los tres es apodado "*El Dumbo*"? Esta identificación se explica por el hecho de que el apodo es mucho más motivado que el nombre propio, pues existe una relación directa entre los signos que componen el apodo y la representación de esa persona; es decir, el apodo está arraigado a las características psicológicas o físicas, por lo cual la persona es asemejada con animales, con plantas, con frutas, con objetos, con partes del cuerpo humano, con actividades, entre otras. En fin, estos apodos tienen su origen en un proceso de asociación de imágenes mentales, donde se mezclan signos y se da como resultado la aparición de otros.

Asignar un apodo implica, entonces, que el hablante tiene conocimiento tanto del individuo apodado como del contexto social en el que se desenvuelve; y el que haga una asociación instantánea de los signos ya interiorizados, demuestra la capacidad creativa que poseemos los seres humanos. Por esta razón, podemos decir que el apodo es un acto de habla motivado que está impregnado de sarcasmo, ironía y humor. Son estos aspectos los que definen la carga semántica que lleva el apodo. Así aparecerán apodos como "*La pequeña Lulú*", *Burra coqueta*, *El vampi*, *Bongui*, *Muñe*, *Crispeta*, *Rayo*, *El mono*, *El King*, y otros más insultantes como: *Bembón light*, *El cagao*, *Orgullo con hambre*, *Bola de grasa*, *Bacteria*, *Cabeza e' puerco*, *Miseria andante*, "*Bagre*", entre otros.

2.2 Carácter connotativo del apodo

En la comunicación diaria, de acuerdo con nuestros estados de ánimo, sentimientos o emociones, por lo general, tendemos a construir nuevos códigos. Estos mensajes que expresamos a diario, se mueven en dos campos: la denotación y la connotación. La denotación hace referencia directa al objeto, "está constituida por el significado concebido objetivamente" (Guiraud, 1988 p. 40), es la comunicación básica o de primer nivel; mientras que la connotación alude a un segundo significado que "expresa valores subjetivos atribuidos al signo debido a su forma y a su función" (p. 40), es un significado adicional que proviene de asociaciones y valoraciones emocionales y culturales.

Teniendo esto presente, podemos decir que el apodo significa y connota, contrario al nombre propio que identifica y denota. Entonces, cuando decimos "Julián", por ejemplo, este nombre identificará al niño como tal. Mientras que si le decimos a Claudia, "Culebra", estamos haciendo referencia, no a la culebra como animal, sino al carácter peligroso de la misma; entonces, el apodo "Culebra" para esta mujer significará mujer peligrosa.

2.3 Los Apodos y sus Valores Estilísticos

Teniendo en cuenta lo expuesto, Guiraud reconoce que para que puedan darse las connotaciones, las palabras necesitan de las asociaciones extranocionales, las cuales según él "colorean el concepto sin alterarlo". Dichas asociaciones están determinadas por el contexto y por la emotividad que controlan a una persona en el momento de emitir una palabra; a su vez, ayudan a que se establezcan ciertas asociaciones extra-semánticas, a las cuales el autor llama valores estilísticos.

Los valores estilísticos son ciertas relaciones que se dan por fuera de los límites conceptuales de la palabra, y que promueven los diferentes sentidos contextuales que una palabra puede tener. Hay dos tipos de valores estilísticos: los expresivos y los sociales. Con respecto a ellos, Guiraud (1997) afirma que:

Por una parte, hay palabras y giros que expresan las emociones, deseos, intenciones, los juicios del que está hablando... Por otra parte, esta palabra evoca cierto medio, pues no todo el mundo la emplearía; algunos la usarían únicamente en una situación determinada. Así, la palabra está asociada al grupo y al contexto social a los que de ordinario pertenece. Hay pues valores expresivos y valores sociales o sociocontextuales (p. 40).

Con base en lo anterior, podemos decir entonces, que los valores expresivos son aquellos que están relacionados con la emotividad del hablante, y se plasman en la elección y utilización de una palabra u otra en un momento dado. Esta situación puede evidenciarse en la creación y utilización de los apodos. En primer lugar, el hecho de que una persona elija un apodo en vez de un nombre para nominar a alguien, es una muestra de cómo la emotividad regula nuestra comunicación. Por ejemplo:

- Una señora le dice a su hija “nena”, cuando está de buen humor, pero cuando está rabiosa porque su hija hizo algo malo, la llama por su nombre completo: “¡María Cristina Cáceres Gutiérrez, que vengas acá!”.
- Un estudiante realiza un examen y le va bien, ama a su profesor y lo llama por su nombre: “El profe Teófilo Pérez”. En otra ocasión, el estudiante hace otro examen con el mismo profesor y le va mal, por lo tanto, se molesta con él y lo llama “Negro hp”.

Como podemos notar, ese estado anímico de una persona puede determinar el uso de un nombre o de un apodo.

En cuanto a los valores sociales, Guiraud (1997) asegura que ellos demuestran la influencia del contexto en la emisión de las palabras, y así se regula el sentido con el cual se deben entender. En este caso, lo importante es la situación en la cual se expresa la palabra por significar. En el caso de los apodos, estos valores intervienen de forma muy particular, pues el contexto determina en gran medida si se puede utilizar un apodo o no, aunque sus valores expresivos sean negativos o positivos.

- Una mujer le dice a un amigo "*Coquito*" cuando están hablando los dos solos, o están acompañados por personas con quienes también tienen cierta confianza, y si los temas por discutir no están matizados por la rabia. Sin embargo, es muy poco probable que la misma mujer le diga a su amigo "*Coquito*" si tiene algún conflicto con él, o si en la conversación interviene alguien ajeno a su círculo social.

Cabe destacar que los dos tipos de valores están estrechamente relacionados y su coexistencia determina la existencia de los valores estilísticos y de las connotaciones.

2.4 Metáfora y Metonimia: dos consideraciones conceptuales para entender el apodo

Como quiera que, el lenguaje no es algo estático, sino que constantemente se encuentra en un proceso de variación y cambio, es muy normal que dentro del fluir del lenguaje se produzcan cambios semánticos o de significado de una manera muy frecuente.

Hablando precisamente de este proceso, Ullmann (1976) explica que la naturaleza en el cambio semántico está basada en la semejanza y contigüidad de sentidos (metáfora y metonimia) y en la semejanza y contigüidad de nombres (etimología popular y elipsis). De estas, solo haremos referencia a las primeras: metáfora y metonimia, para aplicarlas a nuestro tema en cuestión, pues además de que a través de ellas podemos entender el apodo como cambio de significado, según este mismo autor, una lengua no puede vivir sin el uso de estas. A saber, una lengua perfectamente puede vivir sin contigüidad o semejanza de nombres, pero sin metáforas y metonimias no podría vivir nunca. Examinemos a continuación el porqué.

Según el mencionado autor, la metonimia "tiende a dar a las palabras abstractas un significado concreto: el nombre de una acción representa su resultado; el nombre de una cualidad, la persona u objeto que la exhibe, etc." (p. 248). Y de acuerdo con Cuenca y Hilferty (1999), "la metonimia puede definirse cognitivamente como un tipo de referencia indirecta por la que aludimos a una entidad implícita a través de otra explícita" (p. 110).

Según estos últimos autores, las principales metonimias son: la parte por el todo, el todo por la parte, el contenido por el continente, la persona por su nombre, el lugar físico por la institución situada en ese lugar, el lugar por el

acontecimiento, la institución por las personas responsables, el productor por el producto, el controlador por los subordinados, etc. (Cuenca y Hilferty, 1999, p. 112). De acuerdo con lo anterior, en el acto comunicativo de apodar, las metonimias más comunes consisten en la sustitución de la parte por el todo, y del todo por la parte. Ejemplos de ello serán los apodos:

- *Barranquilla*, apodo de un joven oriundo de esta ciudad. En este caso la ciudad, Barranquilla, es representada a través de este joven. Por lo tanto, nos referimos a la metonimia de la parte por el todo.

- *Cerebritito*, apodo que representa a un señor, líder en su grupo. En este caso, el señor es representado por su cerebro, debido a su cualidad de ser quien lleva la delantera en las funciones o acciones del grupo. Con este apodo nos referimos a un ejemplo de sustitución del todo por la parte.

En cuanto a la metáfora, es importante resaltar que para la mayoría de las personas son realizaciones que se quedan simplemente en la poesía y los textos literarios. Ya bien lo han enunciado Lakoff y Johnson (1995) al decir que “la metáfora se considera característicamente como un rasgo solo del lenguaje, cosa de palabras, más que de pensamiento o acción. Por esta razón, la mayoría de la gente piensa que pueden arreglárselas perfectamente sin metáforas” (p. 39).

Sin embargo, toda nuestra manera de ver el mundo está impregnada de metáforas, “los procesos de pensamiento humano son en gran medida metafóricos” (Lakoff y Johnson, 1995, p.42), consideramos que más es arriba, menos es abajo, que el tiempo es un objeto de valor, que las ideas son alimentos, que la vida es un viaje, que las personas son animales, en fin, concepciones que en la medida en que son tan cotidianas y tan normales para nosotros desde que nacemos, casi nunca nos damos cuenta de las complejas metáforas en las que vivimos.

Cuenca y Hilferty (1999) definen la metáfora como “un proceso cognitivo que impregna nuestro lenguaje y pensamiento habitual. [...] la base de la metáfora radica en nuestro sistema conceptual: constituye un mecanismo para comprender y expresar situaciones complejas sirviéndose de conceptos más básicos y conocidos” (p. 98). Por otra parte, Ullmann (1976) afirma que la estructura de la metáfora es muy simple, dado que siempre tendrá dos términos: la cosa de la que se habla, el *tenor*, y aquello con lo que la comparamos, el

vehículo; y la relación entre estos, o los rasgos que tienen en común constituirán el *fundamento* (p. 240). Mirémoslo en el siguiente ejemplo: “A Luis le dicen el Topo”, en este caso, el *tenor* viene siendo Luis; el *vehículo*, el Topo; y el *fundamento* correspondería a las características de este animal presentes en Luis: poco agraciado, pequeño, gordito y subterráneo, cualidad que se refuerza en la característica de la baja estatura.

Así mismo, Cuenca y Hilferty (1999) clasifican las metáforas en: conceptuales y de imagen. Las primeras, están constituidas por un dominio origen, el que presta sus conceptos; y un dominio destino, sobre el que se superponen dichos conceptos. Así pues, las metáforas conceptuales se entienden como “la proyección de unos conceptos desde un dominio conceptual (el dominio origen) hacia otro dominio conceptual (el dominio destino)” (p. 101). Para entenderlo, pensemos en el apodo “*La Lorita*”. En este caso se está comparando una persona con un animal, la persona es el animal. Aquí tenemos un dominio de origen: la hembra del loro, un ave con la capacidad de repetir la voz humana y otros sonidos; y un dominio de destino: una niña que está aprendiendo a hablar, por lo que repite cuanto le digan.

Las segundas, en cambio, “son metáforas concretas que proyectan la estructura esquemática de una imagen sobre la otra” (Cuenca y Hilferty, 1999, p. 104). Por ejemplo, en un apodo como “*Ballena*”, se está comparando a una mujer demasiado gorda, con la ballena, el mamífero más grande de la tierra.

Con todo lo anterior, está claro que el apodo es un cambio de significado que evidencia la capacidad creadora y altamente imaginativa que como humanos poseemos. Y si bien lo pensamos, el crear y emitir apodos, no solo permite identificar a su emisor como un elemento de la cultura popular, sino que también lo convierte en un verdadero poeta de la vida.

3. Recursos morfológicos empleados en el acto de apodar

Ya hemos visto en el referente anterior, los recursos semánticos que pueden ser empleados al momento de emitir apodos. Ahora, concentrémonos en los recursos morfológicos de los que puede hacer uso el hablante al momento de apodar. De acuerdo con Alvar (1996), existen diversos aspectos que afectan la renovación del vocabulario de la lengua, a saber: la revitalización, la creación onomatopéyica, la incorporación de voces ajenas y la formación de palabras

nuevas. De estas, solo trataremos las dos últimas, pues consideramos que son las más significativas en el acto de apodar.

3.1 Incorporación de voces ajenas

En cuanto a la incorporación de voces ajenas, Alvar (1996) menciona que es un proceso mediante el cual una lengua, cuyo léxico es finito y fijo en un momento dado, toma de otra lengua (cuyo léxico es también finito y fijo en un momento dado) una voz (en su forma y contenido) que no poseía antes (p. 16). Es decir, se hace un proceso de préstamo lingüístico. Ejemplo de ello serán apodos como: *Iron man*, *Monster*, *Pokemon*, *Stuart Little*, *Turbo man*, *Donkey*, etc.

3.2 Formación de palabras nuevas

Cuando nos referimos a la formación de palabras nuevas, de acuerdo con Alvar (1996), estamos refiriéndonos a “la ampliación del conjunto de voces del idioma con mecanismos de tipo morfológico, y partiendo de elementos ya presentes en el lenguaje, o con otros tomados de fuera” (p. 20). Así pues, la lengua dispone de dos medios de construcción de unidades léxicas: la composición y la derivación.

3.2.1 Composición. “En la composición participan dos o más unidades léxicas que pueden aparecer libres en la lengua” (Alvar, 1996, p. 20), y se vale de los recursos de la sinapsia, disyunción, contraposición, yuxtaposición, prefijos vulgares y acortamiento, para la creación de voces nuevas; examinaremos los más relevantes en el estudio del apodo.

3.2.1.1 Yuxtaposición. Este es sin duda el recurso más rico en ejemplos pues, como su nombre lo dice, la estructura de sus compuestos se debe a la yuxtaposición de dos unidades. Sin embargo, esto dependerá de “la categoría gramatical de los componentes, la categoría del resultado final y las relaciones sintácticas y semánticas que mantengan entre sí los dos elementos” (Alvar, 1996, p. 30), por lo que las relaciones entre los elementos participantes son de muy diversa índole. Analicemos a continuación algunos ejemplos:

Sustantivo + Sustantivo: *Mister Satán*, *Aguafiesta*, *Mariflor*, *Copito Johnson*, *Mariamacho*, etc.

Sustantivo + Adjetivo: *Pantera rosa*, *Mami sexy*, *Hierbamala*, *Tierramala*, *Boliagua'o*, *Bocagrande*, *Buitrenegro*, *Bemba colorá*, *Condón roto*, *Mosquita muerta*, *Peliroja*, *Peliparado*, *Ojituerto*, *Paticortica*, *Pelo rucho*, etc.

Verbo + Sustantivo: *Cuentahuesos, Comerata, Comemierda, Mamaron, Tragaplata, Hinchapelotas, Picaflor, Puyanube*, etc.

Adjetivo + Sustantivo: *Puopelo, Sietemujeres, Cuatroletras, Mediometro, Mediolitro*, etc.

Sustantivo + Preposición + Sustantivo: *Huevos de oro, Chorro de humo, Carecalzón, Caremondá, Caremico, Bola e' sebo, Bola e' grasa*, etc.

Sustantivo + Adverbio + Verbo: *Bollo mal envuelto*.

3.2.1.2 Acortamiento. Aunque pudiera considerarse que el acortamiento es un proceso diametralmente opuesto a la composición, el acto de suprimir también puede llevar a la formación de palabras. Esto es muy evidente en los apodos comúnmente empleados por los cartageneros, por lo que tenemos ejemplos como: *Parce*/ por *Parcero*, *Profe*/ por *Profesor*, *El Doc*/ por el *Doctor*, *Muñe*/ por *Muñeca*, etc.

3.2.2 Derivación. Siguiendo a Coseriu (Citado por Alvar 1996), el autor en mención explica que la derivación es “la combinación de dos elementos, de los que uno (el que se presenta en el significante) determina al otro” (p. 49). Es en este proceso donde aparece lo que nosotros conocemos como los prefijos, sufijos e interfijos, de los cuales nos interesan más los sufijos, por ser los más utilizados en el español y, por lo tanto, también en la práctica de apodar en esta lengua. Estos sufijos, a su vez, son procesos que consisten en la adición de un elemento a un elemento léxico ya existente en la lengua, donde los más comunes son los diminutivos, los aumentativos y los despectivos.

3.2.2.1 Diminutivos. Aunque los sufijos diminutivos tienen como fin el empequeñecer, el diminutivo en el apodo es muy utilizado como símbolo de cercanía y estrechamiento de relaciones sociales. Como ejemplo tenemos: *Princesita, Reinita, Muñequita, Caperucita*, etc. Incluso, hay apodos que llevan una carga semántica fuerte, pero que al ser emitidos en diminutivos pasan a tener una carga positiva. Ejemplo de ello son apodos como: *Mariquita, Perillita, El Bolita, Garrapatica*, etc.

3.2.2.2 Aumentativos. Generalmente este tipo de sufijos se utilizan para enfatizar el tamaño, es por ello que encontramos apodos como: *Bembón, Nalgón, Orejón, Perillón, Patillón*, etc.

3.2.2.3 Despectivos. Estos sufijos siempre van acompañados de una connotación negativa, y dentro de este grupo encontramos apodos del tipo: *Flacucho, Viejucha, Monicongo, Pajarraca*, etc.

4. Construyendo una tipología semántica

Ya planteado el contexto en el que se emite el apodo en nuestra ciudad, queremos proponer una tipología semántica del mismo. Esta propuesta es resultado del análisis e interpretación de los datos que arrojó la encuesta aplicada a diferentes habitantes de Cartagena, siguiendo la metodología sociolingüística planteada por Francisco Moreno Fernández (1990) y atendiendo a las variables sociales de edad, sexo y nivel de instrucción.

En esta medida, los apodos fueron divididos en dos grandes grupos: *Apodos Corporales* y *Apodos actitudinales*.

- *Apodos Corporales*: gran parte de los apodos que encontramos en la ciudad, se ubican en este grupo que, a su vez, hemos subdividido en tres subgrupos: Estereotipos culturales, atributos físicos y defectos físicos.

- Estereotipos culturales: como bien sabemos, Cartagena es una ciudad con ascendencia afrodescendiente; sin embargo, debido a la gran influencia que ha tenido el discurso racial discriminatorio, sus habitantes se han visto muy influenciados por este, de tal manera que ya lo han interiorizado y juegan a diario con muchísimos apodos burlescos de este tipo. Es aquí donde encontramos: *Morzilla, Aborto e' brea, Aborto e' mico, Negro hijueputa, Negro bombom, Carboncillo, Mojón de luto, Chorro de humo, Negro e' mierda, El browni, Negro azula'o, Negro carbón, Pelo e' bombril, Pelo e' flecha, Pelo e' chucha, Pelo cuscú, Pelo e' micrófono, Pelo rucho, Pelo malo, Pelo esponja, Pelo teso, Mandinga, Pizza por metro, Verga e' burro, El Tino, Bombom, Bocagrande, Nariz de puerco, Nariz de mofle*, etc.

- Atributos Físicos: bien sabemos que los atributos físicos son atractivos a la vista, y sobre todo no alcanzan a escapársele a un apodador. Por lo que dentro de nuestra comunidad escuchamos: *La Pechugona, Cuerpo e' guitarra, Nalga e' Ponqué, La Teti, La Mona, La Buenona, Bella, Carita e' Ken, Cara e' Barbie*, etc.

- Defectos Físicos: tal como los atributos, los defectos físicos son algunas veces tan notorios, que para los apodadores de nuestra comunidad son el perfecto complemento para amenizar sus conversaciones. Son tan frecuentes,

que quienes son apodados, incluso, aprenden a convivir muy tranquilamente con sus apodos. Tal es el caso de: *El Buñuelo*, *Perilla*, *El Feto*, *Poco Pelo*, *Chuki*, *Saco e' hueso*, *Boliqueso*, *El Mocho*, *El Flaquera*, *Cabezón*, *Ballena*, *Bola e' Grasa*, etc.

- **Apodos Actitudinales:** este tipo de apodos se basan en comportamientos que tienen las personas, sean positivos o negativos, constantes o repetitivos, o producto de una sola realización. La cuestión es que una vez que se le asigna el apodo a una persona, rara vez puede deshacerse de él. Hemos subdividido este grupo, a su vez, en dos tipos de comportamiento: comportamientos positivos, y comportamientos negativos.

- *Comportamientos Positivos:* los apodos de este tipo están relacionados con las buenas acciones que representan a una persona. Como ejemplos de este grupo encontramos: *El Valecita*/ porque trata bien a todo el mundo; *El Pri*/ viene de primo. Connota una relación de cercanía entre el emisor y el receptor, que es tan estrecha que se consideran como familia; *Llavería*/ es el amigo que está dispuesto siempre, etc.

- *Comportamientos Negativos:* este tipo de apodos están estrechamente ligados a las características negativas de las personas. La mayoría de los casos no son dichos directamente al sujeto apodado, pues llevan una carga semántica tan fuerte que podrían ocasionar riñas. Generalmente son utilizados en grupos de amigos, con fines sarcásticos, irónicos y burlescos, para referirse a personas que no hacen parte de su grupo; por ejemplo: *La Mami Sexy*/ porque se cree mucho; *Semáforo*/ porque no la respetan después de las 10 de la noche; *Vasito de Agua*/ porque no se le niega a nadie; *Arequipito*/ porque todo el mundo le mete el dedo; *El Coco*/ porque le gusta que lo "pelen" y lo "rayen"; *El Mandariniski*/ porque es fácil de "pelar"; *La Mujer Maravilla*/ porque levanta casas con el "culo", etc.

Conclusión

Con todo lo anterior podemos concluir que el apodo es una realización lingüística propia de los seres humanos dentro de su capacidad de nombrar realidades, y Cartagena no es la excepción, puesto que su carácter de ciudad multicultural y festiva ha influido mucho en ello. Este acto de emitir apodos, siguiendo a Guiraud (1997), lo consideramos como nominación, y en el caso particular del apodar, se vuelve una nominación expresiva, ya que resulta

cargada del valor afectivo, desiderativo, estético y moral que el hablante le atribuye. Así, cada apodo dependerá del contexto social en el que sea emitido.

En cuanto a la concepción semántica del apodo, queda claro que el apodo es un acto de habla motivado, que incluso tiene más motivación que el nombre propio. Constituye un nuevo signo producto de la asociación de signos que ya tenemos establecidos como hablantes, y hace parte del lenguaje connotativo. Es evidente, además, que al emitir apodos estamos haciendo uso de recursos como la metáfora y la metonimia, cambios de significado que evidencian la capacidad creadora que como humanos poseemos. Y dentro de esta práctica, también se hace uso de recursos morfológicos como la incorporación de voces ajenas, cuando se incluyen nombres de otras lenguas, a través de préstamos lingüísticos. Y en el caso de los apodos propios, de la formación de nuevas palabras, se hace uso de un recurso que en morfología denominamos composición y derivación.

Para terminar, podemos decir que apodar, aunque sea un acto comunicativo breve, supone demostrar la visión de mundo del hablante, pues emitir un apodo siempre está ligado tanto al conocimiento que tenga el hablante del individuo apodado, como del contexto sociocultural en el que se desenvuelve. Por lo tanto, la suerte del apodado quedará en manos de su apodador, y dependerá de su buena o mala intención.

Referencias Bibliográficas

- Alvar, M. (1996). *La formación de palabras en español*. Madrid: Arco libros.
- Cuenca, M. & Hilferty, J. (1999). *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel.
- Guiraud, P. (1997). *La Semántica*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Halliday, M.A.K (1994). *El lenguaje como semiótica social: la interpretación social del lenguaje y significado*. Bogotá: Fondo de cultura económica.
- Lakoff, G. & Jhonson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Barcelona: Cátedra.
- Moreno, F. (1990). *Metodología Sociolingüística*. Madrid: Gredos.
- Ullman, S. (1976). *Semántica: Introducción a la ciencia del significado*. Madrid: Aguilar.