



Revista de Filología y Lingüística de la  
Universidad de Costa Rica

ISSN: 0377-628X  
filyling@gmail.com

Universidad de Costa Rica  
Costa Rica

Calvo Shadid, Annette

SOBRE EL ATRACTIVO SOCIAL ATRIBUIDO A LAS VARIANTES REGIONALES DEL  
ESPAÑOL: MITOS LINGÜÍSTICOS

Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica, vol. 42, núm. 1, enero-  
junio, 2016, pp. 89-103  
Universidad de Costa Rica  
San José, Costa Rica

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33267096006>

- 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



**Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica**

Publicación Semestral, ISSN-0377-628X

Volumen 42 - Número 1

Enero-Junio 2016

---

**SOBRE EL ATRACTIVO SOCIAL ATRIBUIDO A LAS  
VARIANTES REGIONALES DEL ESPAÑOL: MITOS  
LINGÜÍSTICOS**

*Annette Calvo Shadid*  
*Jacqueline Castillo Rivas*



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons  
Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada

## **SOBRE EL ATRACTIVO SOCIAL ATRIBUIDO A LAS VARIANTES REGIONALES DEL ESPAÑOL: MITOS LINGÜÍSTICOS**

### **ON SOCIAL ATTRACTIVENESS ATTRIBUTED TO REGIONAL VARIATIONS OF SPANISH: LINGUISTIC MYTHS**

*Annette Calvo Shadid*  
*Jacqueline Castillo Rivas*

#### **RESUMEN**

En esta investigación, las autoras tratan como mitos lingüísticos las opiniones de los hablantes sobre las características atribuidas a las diversas variedades regionales del español. Se observan los resultados sobre Costa Rica y se integran los de los demás países hispanohablantes integrados al proyecto LIAS de la Universidad de Bergen. Se llegan a establecer los siguientes mitos:

Mito 1: El español de España es el mejor por ser la cuna del idioma y viene de la “madre patria”.

Mito 2: Se da una exaltación del patriotismo mediante el chauvinismo lingüístico.

Mito 3: Estados Unidos sigue siendo el sueño, el país de las oportunidades, muy relacionado con altos recursos económicos.

Mito 4: Dentro de España, el habla más correcta es la de los dialectos septentrionales y la menos correcta es la de los dialectos meridionales.

**Palabras clave:** dialectología perceptiva, español de España y español de América, actitudes lingüísticas, atractivo social de las variedades lingüísticas del español, corrección en el habla.

#### **ABSTRACT**

This research deals with linguistic myths based on opinions about Spanish varieties. The results from Costa Rica and the other Spanish-speaking areas were extracted from the LIAS Bergen's University Project. We established the following linguistic myths:

Myth 1: Spanish from Spain is the best variety because it's the original and native language.

Myth 2: There is linguistic chauvinism because of a patriotic feeling.

Myth 3: The USA is still the dreamland, and the land of opportunities, related with a high standard of life.

Myth 4: Within Spain, the most correct speech variety comes from the North and the most incorrect one from the Southern dialects.

**Key words:** perceptual dialectology, Iberian and Latin American Spanish, language attitudes, social appeal of Spanish varieties, linguistic correctness.

---

**Dra. Annette Calvo Shadid.** Universidad de Costa Rica. Profesora catedrática. Escuela de Filología, Lingüística y Literatura. Decana de la Facultad de Letras. Costa Rica.

Correo electrónico: annette.calvo@ucr.ac.cr

**M.Sc. Jacqueline Castillo Rivas.** Universidad de Costa Rica. Profesora Catedrática. Facultad de Odontología. Costa Rica.

Correo electrónico: jac9701@yahoo.com

Recepción: 18- 01- 2016

Aceptación: 15- 03- 2016

## 1. Introducción

Los mitos lingüísticos son un tema de estudio atractivo, por la relevancia de las opiniones y creencias de las personas sobre las lenguas y los dialectos. Generalmente la lingüística tradicional solía tomar distancia de ellos, dado que esta es la que provee el conocimiento acerca de las lenguas. Sin embargo en las últimas décadas, la lingüística ha vuelto su mirada hacia las opiniones, actitudes y estereotipos de los mismos hablantes, puesto que no se puede obviar el hecho de que las diferentes variedades lingüísticas (sobre todo, sus hablas) gozan o sufren de distintos atributos, características y mitos –ideas establecidas– atribuidos por sus hablantes para distintos efectos; el primero de ellos, como parte de la identidad social o de una nación. Se ha oído decir, por ejemplo, que el francés es la lengua del arte culinario o de la *politesse*,<sup>1</sup> o la *plus belle langue du monde*; el alemán, de los grandes filósofos y compositores; el inglés, la lengua de la ciencia y la tecnología; el italiano, del amor y el romance; el español, de la amistad y de la cristiandad; el portugués, lengua dulce y sencilla,<sup>2</sup> el ruso, muy difícil e imbricado, al igual que el chino. Estas son, ciertamente, opiniones, juicios de valor un poco en broma y un poco en serio, pero que reflejan prejuicios, creencias, mitos e identidades grupales por medio de la diferenciación: como señalan Perera Izquierdo y Monreal Bosch (2013, p. 27)

«si una lengua ha de servir de base de la identidad de una nación, ha de satisfacer como ésta, dos necesidades, la primera, crear cohesión interna y, la segunda, crear diferenciación externa» (Nadal 2005, 24), es decir, las bases de la teoría de la identidad social de Tajfel, sin la diferenciación no hay cohesión, sin el «otro» no hay un «nosotros»

Al respecto, es conocido por muchos que se ha atribuido una célebre frase al Rey Carlos I de España y Emperador Carlos V del Imperio Romano Germánico: “Hablo latín con Dios, italiano con los músicos, castellano con las damas, francés en la corte, alemán con los lacayos e inglés con mis caballos”. Otras versiones han circulado a lo largo del tiempo y el espacio.<sup>3</sup> Como sea, se dice que el Rey y Emperador no sentía predilección ni por el alemán ni por el inglés.

En la actualidad, se ha señalado y repetido que el inglés es el idioma de los negocios y la ciencia; el francés, del amor, el alemán, de la guerra, y así, cada quien podría citar lenguas diferentes, y no solo las cinco más habladas de Europa, para mostrar sus afectos y creencias respecto de ellas. Es interesante, sin embargo, que algunas variedades son consideradas inherentemente mejores que otras para ciertas funciones. Así lo señala Harlow (1999, p. 9):

English is the language of international air traffic, business communication, scientific publication, and the lingua franca of tourism. Unfortunately, the differences in the range of roles that languages play frequently lead some people to believe that some languages which do not fulfill a wide range of functions are in fact incapable of doing so. In the view of some people, some languages are just not good enough. Not only do they not act as language of science, of international communication, of high literature, they are inherently inferior and could not be used in these cases.

De acuerdo con lo anterior, hay lenguas que no se consideran lo suficientemente buenas o bonitas frente a otras, y lenguas que son consideradas feas, rudas, y de algún modo, ordinarias, como se menciona en la cita siguiente de Giles y Niedzielsky (1999, p. 85):

Italian - even for those who cannot speak the language - sounds elegant, sophisticated and lively. French is similarly viewed as a romantic, cultured and sonorous. These languages conjure up positive emotions in hearers - and perhaps, generally more pleasing moods in their speakers. In contrast, German, Arabic and some East-Asian tongues accomplish the opposite: they are considered harsh, dour and unpleasant-sounding.

De igual manera sucede con las distintas variedades de una lengua. En nuestro caso, las preguntas, ¿cuáles son las actitudes hacia diversas características afectivas, económicas, científicas y culturales de las variedades lingüísticas del español?, ¿qué las motivan?, se muestran como ejemplos que corroboran que las actitudes lingüísticas corren en muchas direcciones dependiendo de factores como la edad, el género, el estatus social, el contexto educativo (la escuela), el contexto lingüístico, grupal y cultural,<sup>4</sup> y que en la dialectología (o sociolingüística) perceptual, las opiniones de los hablantes adquieren un carácter definitorio en el proceso del establecimiento de las variedades de habla. En palabras de Quesada-Pacheco (2014, p. 260),

se establece una relación entre la realidad (los rasgos factuales del dialecto en cuestión) y la percepción; de modo que hay una relación de concordancia cuando se asocian ciertos rasgos que el dialecto de hecho tiene. [...] [S]e da una relación de divergencia cuando se asocian rasgos que el dialecto en cuestión no posee.

A continuación, se aportan los resultados de la investigación elaborada en el cantón Central de San José por Calvo Shadid y Castillo Rivas como parte del Proyecto LIAS de la Universidad de Bergen (2014) (a),<sup>5</sup> y se compara con otros estudios similares dentro del Proyecto, elaborados en las ciudades capitales de los países de habla española.

## 2. Contextualización del tema

El tema del atractivo social y los valores afectivos a los cuales están asociadas las distintas variedades lingüísticas, podría ser del interés de diversos campos (lingüística, sociología, psicología). Por ejemplo, de reciente elaboración ha sido un estudio en el que un grupo de lingüistas estadounidenses de la Universidad de Vermont, ha analizado en 24 lenguas y más de 100.000 palabras para decidir cuál de las lenguas es la más feliz. El resultado obtenido fue que el español lo es, seguido por el portugués y el inglés. Por el contrario, la lengua que reportó menor felicidad fue el chino mandarín.

El antecedente de este estudio fue la hipótesis Pollyanna, sobre la cual, desde 1969, psicólogos de la Universidad de Illinois estudiaron la manera en que personas de diferentes culturas utilizaban el lenguaje.<sup>6</sup> Al parecer, sin importar la cultura, los individuos tendían a usar más palabras positivas que negativas. Desde entonces se han realizado diversos estudios, entre ellos el de la Universidad de Vermont,<sup>7</sup> cuyos resultados han confirmado lo ya establecido en 1969 por esa hipótesis.

Using human evaluation of 100,000 words spread across 24 corpora in 10 languages diverse in origin and culture, we present evidence of a deep imprint of human sociality in language, observing that (1) the words of natural human language possess a universal positivity bias; (2) the estimated emotional content of words is consistent between languages under translation; and (3) this positivity bias is strongly independent of frequency of word usage. Alongside these general regularities, we describe inter-language variations in the emotional spectrum of languages which allow us to rank corpora. (Sheridan-Dodds, 2014, párr. 1)

La lista de palabras positivas en español incluyen *amor, felicidad, paz, alegría, enamorado, risa, sonrisa, maravilloso, festejar, excelente, besotes, placer, felicitaciones, abrazo, regalos, virtud*, etc.

Por otro lado, en distintos foros consultados en la red a hispanohablantes,<sup>8</sup> se atribuyen características como el idioma más dulce o agradable a los siguientes, francés, italiano, español, portugués, gallego, catalán, rumano, inglés británico, griego, turco, estonio, finés, urdu, bengalí, sueco, noruego, euskera, húngaro, pocos señalan también el japonés y el alemán,

frente al más “áspero” o desagradable, en cuyo caso se citaron los siguientes: alemán, chino mandarín, árabe, coreano, ruso, holandés, checo, polaco, eslovaco, inglés estadounidense, vasco, flamenco, los “africanos”, y también se cita aquí el catalán.

En primer lugar, este tipo de valoraciones se podrían concebir más desde una percepción acerca de cómo “suena” el idioma, es decir, desde una percepción más fonética que de otro tipo: un idioma favorito lo es usualmente porque “suena agradable, dulce, porque suena como música, porque es romántico, por la suavidad, suena a élfico por el ritmo o el acento”. Otros criterios son que un idioma suena más romántico, más sexy o más apasionado o porque es mágico, o porque suena bien para discutir, o porque es bueno para la poesía, o porque es imponente, o por razones históricas e ideológicas como que una variedad es ‘verdadera’ (inglés británico o español de Madrid, por ejemplo). Los criterios desagradables se asocian con “sonidos bruscos, espasmos vocálicos, sonidos ‘muy marcados’, suena desagradable, suena rudo, como un tam tam en la cabeza, horrible pronunciación, jjjjj, parece que escupen, es como si tuviera una patata en la boca y la nariz tapada, la *l* parece que está sonando todo el rato, en especial esa *l* rara que hay”, etc.

Es interesante que en la conversación y en el habla en general, el discurso puede presentar características más emotivas o de algún modo más conmovedoras incluso que la literatura, según algunos. Así lo expresa Tannen (1998, p. 632):

Most of us tend to think of literature as the artfull use of language, and conversation as a messy, graceless, quotidian use of it. [...] the research I have been doing over the past two decades, showing that forms of language that we think of as literary are found in everyday conversation. [...] I have focused my research on how the voice talking in everyday conversation casts its magical spell.

Como se señaló al principio, no se puede dejar de lado en este tema el asunto de los mitos lingüísticos. Un texto emblemático es el de Bauer y Trudgill (1999), que toca diversos mitos acerca de las variedades lingüísticas: Los mitos de ese libro que tienen que ver con el tema aquí propuesto son los siguientes: Mito dos: “Some Languages are Just Not Good Enough” (Ray Harlow); mito cuatro: “French is a Logical Language” (Anthony Lodge); mito siete: “Some Languages are Harder than Others” (Lars-Gunnar Andersson); mito nueve: “In the Appalachians They Speak like Shakespeare” (Michael Montgomery); mito once: “Italian is beautiful; German is Ugly” (Howard Giles y Nancy Niedzielsky); mito 17: “They Speak Really Bad English Down South and in New York City ” (Dennis R. Preston); mito 18: “Some Languages are Spoken More Quickly than Others” (Peter Roach); mito 19: “Aborigines Speak a Primitive Language” (Nicholas Evans); mito 21: “American is Ruining the English Language” (John Algeo).

Lo cierto es que, en una lengua como el español, en la que sus variedades regionales son fácilmente inteligibles entre la mayoría de los propios hablantes,<sup>9</sup> no faltan opiniones basadas en mitos lingüísticos, emociones o características atribuidas a ellos. Los mitos son parte de la cultura, y los mitos lingüísticos corresponden a ideas hechas que tienen los hablantes acerca de su propia lengua o de otras.

### **3. Marco metodológico: el Proyecto LIAS de la Universidad de Bergen: Población y muestra**

El proyecto LIAS<sup>10</sup> de la Universidad de Bergen, Noruega, elaboró un proyecto cuya culminación fue un libro titulado *Actitudes lingüísticas de los hispanohablantes hacia el*

*idioma español y sus variantes*, con base en los principios de la dialectología perceptiva. El Proyecto, coordinado por los docentes y académicos Chiquito y Quesada-Pacheco, quiso llevar a cabo un estudio global para estudiar las actitudes lingüísticas de los hispanohablantes hacia la lengua española, que comprendiera todas las naciones de habla hispana, y en el que se les consultara sobre actitudes y creencias acerca del habla de sus países respectivos y hacia las variantes de los otros países hispanohablantes. Para esto, se llevó a cabo una investigación de campo en veinte países y se recogieron los datos en las distintas ciudades capitales. Los países en cuestión fueron los siguientes: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. El proyecto perseguía tres propósitos (Chiquito y Quesada-Pacheco, 2014, p. XI):

La finalidad del proyecto LIAS era averiguar lo siguiente: 1. ¿Qué conocimientos tienen los hispanohablantes de su propio idioma, tanto a nivel nacional como internacional? 2. ¿Qué tanto afecto sienten hacia su propia forma de hablar y hacia la de los demás a su alrededor, en el ámbito nacional y en el internacional? 3. ¿Qué tan leales son los hispanohablantes frente a su propia forma de hablar el español?

La muestra se fijó en 400 personas por capital y se estratificó por sexo, edad, nivel de instrucción y estrato socioeconómico. El cuestionario del proyecto consistió en 30 preguntas, cerradas y abiertas, y suponía los componentes cognitivo, afectivo y pragmático.

En este análisis se tomará en cuenta especialmente la III parte de la entrevista, sección A, sobre atractivo social y creencias. Se les preguntó a todos los hablantes seleccionados a cuál variedad del español asociaban las siguientes características: cariño, enojo, tecnología, elegancia, vulgaridad y sentido del humor, bajos recursos, altos recursos, confianza, respeto y autoridad.

Además, para corroborar algunos resultados, se incluyó además la segunda pregunta de la segunda parte del cuestionario, sobre prestigio, ventaja y poder, que dice: “Mencione un país en que se hable español/castellano, en donde, desde su punto de vista, se hable más “correctamente”. ¿Por qué?”.

#### 4. Análisis de resultados

Es importante en este punto señalar que, tal y como lo señalan Chiquito y Quesada-Pacheco (2014, p. XVI): “las actitudes cambian a través del tiempo, y así como los hechos lingüísticos se van transformando, ni las actitudes hacia estos ni los estereotipos se mantienen estáticos y, por lo tanto, pueden modificarse en un período muy corto”. Es decir, es claro que las actitudes no son inamovibles. Un ejemplo de ellos lo muestran los autores mencionados en cuanto al fenómeno migratorio reciente de los españoles hacia los países hispanoamericanos de la siguiente forma Chiquito y Quesada-Pacheco (2014, p. XVI):

[...], durante los últimos decenios del milenio pasado la situación económica de los hispanoamericanos obligó a millones a buscar abrigo en la boyante España, lo cual propició una serie de actitudes de los españoles hacia los advenedizos americanos y hacia su forma de hablar. Y justo en el momento de la publicación de este libro, precisamente por las mismas razones de hace unas décadas, una avalancha de españoles con una España en crisis buscaba trabajo y refugio económico en América. ¿Cederán las actitudes positivas de los hispanoamericanos frente a sus hermanos españoles y comenzarán a verlos con otros ojos? Pues basta cualquier cambio en un aspecto de la sociedad, para que en muy poco tiempo se reflejen las actitudes en los miembros que la componen.

En cuanto a Costa Rica, los resultados de la pregunta sobre atractivo social y creencias, fueron los siguientes:<sup>11</sup>

**Cuadro 1**

Distribución porcentual según las características atribuidas al español de cada país												
País	Características											
	cariño	enojo	tecnología	elegancia	vulgaridad	humor	bajos recursos	altos recursos	confianza trato	respeto	autoridad	
Entrevistados	404	404	404	404	404	404	404	404	404	404	404	404
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Argentina	7,4	7,9	2,2	18,8	9,2	3,5	0,0	5,7	2,5	2,0	3,2	
Belice	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,0	
Bolivia	2,0	0,7	6,7	3,0	0,2	2,2	1,2	8,9	3,0	3,5	2,5	
Chile	12,4	4,2	0,5	4,7	5,4	6,9	0,5	1,0	8,4	2,5	2,5	
Colombia	49,3	19,3	25,5	18,3	20,5	45,8	16,6	9,7	54,5	58,4	23,5	
Costa Rica	1,7	11,9	0,2	0,2	5,9	2,5	2,5	0,2	0,7	0,2	12,4	
Cuba	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	
Ecuador	0,2	1,0	0,0	0,2	1,7	0,5	10,9	0,2	0,7	0,5	0,2	
El Salvador	0,0	0,2	12,6	4,0	0,0	0,0	0,0	14,9	3,2	1,7	5,2	
España	6,2	7,7	21,3	30,7	5,7	2,7	1,0	34,2	6,7	8,7	10,6	
EEUU	0,2	1,0	0,7	0,2	0,2	0,2	1,7	0,5	0,7	0,2	0,5	
Guatemala	0,5	2,0	0,5		1,7		5,2	0,0	0,5	0,2	0,5	
Honduras	5,0	7,9	7,2	3,2	5,7	26,2	2,7	6,2	3,2	4,5	4,7	
México	2,2	20,3	0,5	0,2	29,7	1,2	51,7	0,2	1,5	0,2	1,5	
Nicaragua	1,7	1,2	3,0	1,7	2,7	2,2	0,5	5,7	3,0	3,7	5,7	
Panamá	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,2	
Paraguay	0,0	0,0	0,2	0,2	0,5	0,2	0,2	0,0	0,2	0,7	0,2	
Perú	0,7	0,2	0,0	0,2	1,7	0,2	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	
Puerto Rico	0,7	0,2	0,2	0,0	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
República Dominicana	0,2	0,0	0,2	1,2	0,2	0,0	0,0	1,2	0,2	0,5	0,0	
Uruguay	1,7	7,2	1,0	3,7	1,0	2,0	0,5	4,0	1,2	1,0	11,9	
Venezuela	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
24	7,2	5,9	17,3	8,7	4,7	3,5	3,5	6,7	7,2	9,9	13,9	
25	0,5	0,7		0,2	0,7			0,2	2,2	1,0	0,5	

Por las marcas coloreadas, se puede observar que las características más positivas se atribuyen a Colombia, algunas otras a España y las más negativas, por el contrario, a México. A la variedad colombiana se le atribuyen más significativamente que a las otras, características *de cariño, tecnología, humor, confianza en el trato, respeto y autoridad*, aparte de que algunos costarricenses piensan que es de algún modo, más parecido al nuestro que cualquier otra variedad;<sup>12</sup> al habla de España se le atribuyen otras mayormente de estilo y calidad de vida, como *elegancia y altos recursos*, y al habla de México, las más negativas como *enojo, vulgaridad y bajos recursos*. Por supuesto que ningún habla es inherentemente mejor o peor que otra, pero la percepción de los hablantes juega en esto un papel muy importante: las percepciones no se dan al azar, sino que reflejan una concepción de la variedad de habla asociada a sus países de origen y directamente a sus hablantes. Esto podría indicar que los costarricenses tienen una alta percepción de los colombianos y de Colombia, y una baja percepción sobre México y los mexicanos. Esto podría ser debido a razones históricas, a la historia de las relaciones entre esos dos pueblos con nuestro país.

Por otra parte, ¿existen coincidencias entre el habla de los países que aquí se perfilan como los más significativos, a saber, Colombia y España, con características positivas, y México con características negativas? Si se analiza la totalidad de los datos en todos los países estudiados en el proyecto LIAS, podemos encontrar lo siguiente, después de haber analizado la totalidad de más de 8,000 entrevistas realizadas:

**Cuadro 1.1 Asociaciones más frecuentes**

Cariño			Enojo			Tecnología			Elegancia		
País	#	%	País	#	%	País	#	%	País	#	%
Colombia	679	22,2%	Argentina	622	29,3%	USA	1.034	45,3%	España	1.484	60,2%
Venezuela	350	11,5%	México	528	24,8%	España	398	17,5%	Colombia	412	16,7%
México	211	6,9%	España	432	20,3%	Colombia	229	10,0%	Argentina	248	10,1%

**Cuadro 1.2 Asociaciones más frecuentes**

Vulgaridad			Sentido del humor			Bajos recursos		
País	#	%	País	#	%	País	#	%
Argentina	849	30,6%	México	625	20,7%	Bolivia	1.091	40,6%
México	798	28,7%	Colombia	522	17,3%	México	363	13,5%
Venezuela	262	9,4%	Venezuela	330	10,9%	Nicaragua	336	12,5%

**Cuadro 1.3 Asociaciones más frecuentes**

Altos recursos			Confianza en trato			Respeto			Autoridad		
País	#	%	País	#	%	País	#	%	País	#	%
España	1.324	50,7%	Colombia	868	29,1%	Colombia	877	36,2%	España	682	37,6%
USA	1.171	44,8%	Uruguay	280	9,4%	España	399	16,5%	Cuba	417	22,9%
Panamá	118	4,5%	México	195	6,6%	México	240	9,9%	USA	218	12,0%

Como se puede observar, cuando se analizan todos los países, casualmente los que presentan una incidencia mayor de respuestas, tanto positivas como negativas, son casi los mismos; al igual que en Costa Rica, son Colombia, España y México. Otros, por su parte, son Venezuela y Estados Unidos; con menor frecuencia, Bolivia, Nicaragua, Panamá, Uruguay y Cuba. Los demás países son considerados irrelevantes tomando en cuenta la totalidad de los datos.

Es interesante que las características positivas de tipo afectivo, están señaladas especialmente para el habla de Colombia: cariño, confianza en el trato y respeto. Por supuesto, como era de esperar, el habla de España está relacionada especialmente con elegancia, altos recursos y autoridad.

Por su parte, el habla de México está asociada a características tanto positivas (es el país con mayor sentido del humor, por ejemplo, y presenta tercer lugar en confianza en el trato y respeto) como características negativas (enojo, vulgaridad y bajos recursos, en segundo lugar). Así pues, son los mismos países los que se destacan en la totalidad de los resultados.

Es importante señalar también que los países hacen más referencias a las hablas de sus países vecinos que a las de los países más lejanos; un ejemplo de esta homogeneidad se ofrece, por ejemplo, en el caso de concebir el habla de Bolivia como la de más bajos recursos en países suramericanos, como se muestra a continuación:

**Cuadro 2. Habla de Bolivia asociada a “bajos recursos”**

Argentina	23,0	Bolivia
Bolivia	31,5	Bolivia
Chile	54,8	Bolivia
Cuba	51,9	Bolivia
Ecuador	27,3	Bolivia
España	29,9	Bolivia
Paraguay	33,0	Bolivia
Perú	29,8	Bolivia

Otra homogeneidad detectada fue el rubro de hablas asociadas a países de altos recursos, en cuyo caso, en un 95,5%, correspondió a España y a los Estados Unidos. Esto indica que las asociaciones con lo social, las relaciones históricas y lo económico están ligadas a las variedades lingüísticas.

**Cuadro 3.**

País	Altos recursos	
	País	%
Argentina	España	15,5
Bolivia	USA	35,0
Chile	España	31,8
Colombia	España	32,0
Costa Rica	España	34,2
Cuba	España	31,5
Ecuador	USA	29,0
El Salvador	USA	49,8
España	USA	39,5
Guatemala	USA	18,2
Honduras	USA	48,0
México	España	24,3
Nicaragua	España	16,2
Panamá	España	40,0
Paraguay	USA	42,0
Perú	USA	31,3
Puerto Rico	España	26,3
Rep. Dominicana	España	48,9
Uruguay	España	30,3
Venezuela	Panamá	29,5

Venezuela es un país cuya habla es bastante señalada también tanto por sus características positivas (segundo lugar en cariño y tercer lugar en vulgaridad y sentido del humor), así como

Argentina (primer lugar en habla relacionada con enojo, tercer lugar en elegancia y primer lugar en vulgaridad). Así pues, algunas veces se pueden dar simultáneamente características muy opuestas en la misma habla, como en esta última, en la que el habla de Argentina está especialmente asociada tanto a elegancia como a vulgaridad.

Por otro lado, México presenta un caso especial. Al observar todas las características, se nota que en cada una de ellas y casi en su totalidad, el porcentaje mayor de características fue atribuido al habla del mismo país, como se puede observar a continuación:

**Cuadro 4.**

País	Cariño		Enojo		Tecnología		Elegancia	
	País	%	País	%	País	%	País	%
México	México	52,8	México	24,3	México	26,8	México	25,0

Vulgaridad		Sentido del humor		Bajos recursos		Altos recursos	
País	%	País	%	País	%	País	%
México	42,3	México	62,0	México	39,0	España	20,8

Confianza trato		Respeto		Autoridad	
País	%	País	%	País	%
México	48,8	México	40,0	México	20,8

¿Qué nos dicen estos resultados a la luz de las respuestas? Pues que se trata de otro mito muy arraigado en la lengua y en la cultura, probablemente en la mayoría, pero se resalta más en algunas: en Ciudad de México se perciben a sí mismos como el centro de todas las características tanto positivas como negativas atribuidas al habla. Esto, podrían señalar algunos, se trataría de una suerte de chauvinismo lingüístico, que indica cierto patriotismo exaltado y alaba en exceso lo positivo y maximiza también lo que se considera negativo de sí mismo.

Un caso similar ocurre en Nicaragua, país que hace referencia a sí mismo para casi todas las características, positivas o negativas, reservando solo las de altos recursos y elegancia a España, y la de tecnología a USA:

**Cuadro 5.**

Cariño		Enojo		Tecnología		Elegancia		Vulgaridad	
País	%	País	%	País	%	País	%	País	%
Nicaragua	22,2	Nicaragua	13,2	USA	15,5	España	37,4	Nicaragua	33,7

Sentido del humor		Bajos recursos		Altos recursos		Confianza trato		Respeto		Autoridad	
País	%	País	%	País	%	País	%	País	%	País	%
Nicaragua	38,2	Nicaragua	38,2	España	16,2	Nicaragua	39,4	Nicaragua	23,4	Nicaragua	24,2

En otros países, el chauvinismo lingüístico se extiende al país vecino con que tienen rivalidad o competencia, e igualmente, también, a la “madre patria”, y no hacen referencia al habla de otros países, como es el caso de Uruguay:

**Cuadro 6.**

País	Cariño		Enojo		Tecnología		Elegancia	
	País	%	País	%	País	%	País	%
Uruguay	Uruguay	33,3	Argentina	25,8	España	13,8	España	17,3

  

Vulgaridad		Sentido del humor		Bajos recursos		Altos recursos	
País	%	País	%	País	%	País	%
Argentina	61,3	Argentina	17,5	Uruguay	32,3	España	31,3

  

Confianza trato		Respeto		Autoridad	
País	%	País	%	País	%
Uruguay	51,0	Uruguay	31,3	España	17,3

Lo anterior nos indica que aún no hay mucha consciencia o conocimiento acerca de las variedades del español en los distintos países, y que las diferencias más obvias se dan entre los países más conocidos por los medios tecnológicos como la televisión: España, Colombia, México, Argentina, Estados Unidos está muy relacionado con altos recursos, pero es posible que se haya pasado por alto el asunto del habla, y se relacione más con el tema de la riqueza del país, la economía, el sueño americano, el país de las oportunidades, más que relacionar la característica con las variedades del español que allí concurren.

Por otro lado, quisimos relacionar la pregunta de “en cuál país se habla más correctamente”, y los resultados son los siguientes: se muestra preponderancia por España, como perpetuando siempre el mito de la madre patria, donde se originó la lengua (mito de la cuna del idioma).<sup>13</sup> Le siguen Venezuela y Colombia, y por último, Perú. Es interesante que acá se reproduce también el mito del odio (o del amor-odio) al país vecino: para los costarricenses el habla más incorrecta es la de Nicaragua, y para los nicaragüenses, la de Costa Rica.

**Cuadro 7.**

Porcentaje de percepciones según correcta habla por país de habla hispana					
Habla correcta del español					
Correcto			Incorrecto		
País	#	%	País	#	%
España	3.028	37,86	Argentina	644	8,0
Venezuela	171	2,14	México	341	4,3
Colombia	159	1,99	Nicaragua	168	2,1
Perú	151	1,89	Rep. Dominicana	142	1,8
Total general	3.510	43,88	Chile	117	1,5
			Puerto Rico	104	1,3
			Perú	69	0,9
			Perú	67	0,8
			Costa Rica	57	0,7
			Cuba	55	0,7
			España	32	0,4
			Total general	1.796	22,5

Por su parte, hay países en donde la mayoría piensa que su español es el más correcto, como en España, Venezuela y Colombia, y países en los que se piensa que su variedad de español es la más incorrecta: Argentina, Chile y la misma España, como se muestra a continuación:

**Cuadro 8.**

Porcentaje de percepciones según correcta habla por país de habla española				
País	Habla correcta del español			
	Correcto		Incorrecto	
	País	%	País	%
Argentina	España	30,0	Argentina	18,8
Bolivia	España	42,8	Argentina	28,3
Chile	Perú	37,8	Chile	29,3
Colombia	Colombia	39,8	Perú	17,3
Costa Rica	España	53,0	Nicaragua	42,0
Cuba	España	52,0	México	10,5
Ecuador	España	39,2	Perú	16,7
El Salvador	España	66,3	México	16,0
España	España	55,8	España	8,0
Guatemala	España	47,5	México	20,9
Honduras	España	53,8	México	20,8
México	España	33,3	Argentina	14,5
Nicaragua	España	55,8	Costa Rica	14,3
Panamá	España	41,5	México	17,0
Paraguay	España	28,8	Argentina	30,5
Perú	España	32,3	Argentina	21,8
Puerto Rico	España	43,0	Rep. Dominicana	35,5
Rep. Dominicana	España	37,0	Puerto Rico	26,0
Uruguay	España	45,0	Argentina	47,0
Venezuela	Venezuela	42,8	Cuba	13,8

En este momento no se han analizado las razones que se han proporcionado en los demás países para considerar su habla como la más incorrecta, pero para España, como el sondeo se llevó a cabo en Madrid, se puede percibir la siguiente situación dialectal: el país se encuentra dividido, principalmente, en dos grandes zonas dialectales, y otras zonas más pequeñas de transición: variedades septentrionales o español (centro) norteño y variedades meridionales o andaluz (y canario, aunque tienen sus diferencias entre sí).<sup>14</sup> Al ser Madrid la capital y centro de irradiación lingüística y estar en la mitad del país identificada con los dialectos septentrionales (habla prestigiosa) algunos creen que son las hablas meridionales las más incorrectas (de todas). Es probablemente que en las hablas septentrionales persista aún fuerte el mito de la cuna de la lengua castellana.

## 5. Conclusiones

Se han observado varios mitos (lingüísticos o extralingüísticos) en los datos recogidos, los cuales podríamos tipificar como sigue:

- Mito 1: El español de España es el mejor por ser la cuna del idioma y viene de la “madre patria”, y su habla está relacionada especialmente con elegancia, altos recursos y autoridad.
- Mito 2: Dentro de España, el habla más correcta es la de los dialectos septentrionales y la menos correcta es la de los dialectos meridionales.
- Mito 3: Exaltación del patriotismo (chauvinismo lingüístico) en quienes se perciben a sí mismos como el centro de todas las características tanto positivas como negativas atribuidas al habla. En otros países, el chauvinismo lingüístico se proyecta hacia el país vecino con el que se tiene rivalidad (por ejemplo, de Costa Rica hacia Nicaragua y viceversa). Por el contrario, otra extensión del mito chauvinista es, para Costa Rica, el mito del país vecino que habla “bonito” porque habla como nosotros. En este caso se trata del español colombiano, que para los costarricenses tiene bonito acento y es el más parecido al nuestro. En general, las características positivas de tipo afectivo, están señaladas especialmente para el habla de Colombia: cariño, confianza en el trato y respeto.
- Mito 4: Estados Unidos sigue siendo el sueño, el país de las oportunidades (muy relacionado con altos recursos económicos), se relaciona más probablemente con el tema de la riqueza del país, la economía, el nivel de vida y el supuesto bienestar atribuido a los inmigrantes de habla española que viven allí.

La lingüística podría considerar que los mitos lingüísticos son engañosos, o que están basados en premisas falsas; pero sobre todo están fundamentados, más que en sus orígenes lingüísticos, en las relaciones históricas, políticas y de poder económico de los países y las comunidades de habla. Así, se puede observar que las hablas asociadas a “bajos recursos” son las de Bolivia, México y Nicaragua, países con economías muy deprimidas. Además, son tan válidos para las personas y algunos de estos mitos están tan interiorizados, que las percepciones sobre las lenguas y sus variedades son para muchos verdades meridianas; no pasan por la conciencia ni por la reflexión, pues ya han pasado antes por el sistema educativo, los medios de comunicación, y por toda la estructura social que las sostiene y las alimenta a lo largo de una gran tradición.<sup>15</sup> Esto se puede observar claramente en los mitos tipificados aquí que solo corroboran, por medio de los datos, muchas de las percepciones generalizadas de los hispanohablantes sobre su lengua y sus variedades, sobre los valores que se les atribuyen y el estatus que se les otorga en los diferentes ámbitos.

Finalmente, el tema de los mitos no solo es útil para entender cómo es el comportamiento lingüístico y social de nuestras comunidades, sino que lo es en la materia misma de enseñanza de español como L2 o como lengua extranjera. Por ejemplo, ¿cómo repercuten los mitos lingüísticos en el proceso de enseñanza y aprendizaje del español? Este tema podría incluir cuestiones tan interesantes sobre cómo responder a las expectativas de los estudiantes acerca de cuál es el español más “correcto”, cuál deberían hablar por ser la variedad mejor o más prestigiosa; si el español es una lengua “fácil” de aprender; si se debe aprender el voseo (¿es “útil” el voseo?), cuál vocabulario aprender o si hay que conocer solo la variedad “estándar” del español... y esta ¿cuál sería? Preguntas como estas son tan comunes

pero a su vez tan importantes, basadas en mitos y creencias que poseen tanto estudiantes como maestros de español como lengua extranjera,<sup>16</sup> que bien hacemos en trabajarlas y discutir las incesantemente en nuestros cursos de la Maestría en Español como Segunda Lengua de la Universidad de Costa Rica.

## Notas

1. “Es decir, de la cortesía y los buenos modales”, según SENATV (2012, 31 de marzo).
2. El blog de idiomas (2013).
3. Tomado de [http://es.wikiquote.org/wiki/Carlos\\_I\\_de\\_Espa%C3%B1a](http://es.wikiquote.org/wiki/Carlos_I_de_Espa%C3%B1a), el día 28/11/2014.
4. Cfr. Hernández-Campoy (2012, pp. 30-31).
5. En el marco del Proyecto LIAS, Universidad de Bergen, coordinado por el Dr. Miguel Ángel Quesada Pacheco y la Dra. Ana Beatriz Chiquito.
6. “In 1969, Boucher and Osgood framed the Pollyana Hypothesis: a hypothetical, universal positivity bias in the human communication” (Sheridan *et al.*, 2014; lo toman de Boucher and Osgood (1969) *Journal of Verbal Learning and Behavior* 8,1).
7. Sheridan Dodds *et al.* (2014). *Human language reveals a universal positivity bias*.
8. <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090109141620AAvdTzf>  
<https://forodeespanol.com/Archive/EIIdiomaDulceAspero/zwv/post.htm>  
<http://www.spaniards.es/foros/cultura-y-costumbres/cual-es-el-idioma-mas-agradable-y-desagradable-para-vosotros-castellano-no-admitido>  
<http://foros.vogue.es/viewtopic.php?f=3&p=4432296>  
 Consultados el 28/11/2014.
9. “Conversely, many European languages have strongly differentiated regional forms that the governments of their country emphatically consider mere dialects, even though speakers from the different regions can’t understand each other at all. My north German friends can’t make heads or tails of the talks of rural Bavarians, and my north Italian friends are equally lost in Sicily. But [...] their speech forms are labeled as dialects and don’t you dare mention a criterion of mutual intelligibility” (Diamond, 2013, p. 108).
10. LIAS: Linguistic Identity and Attitudes in Spanish-speaking countries. Directores del Proyecto: Dr. Miguel Ángel Quesada Pacheco y Profesora Ana Beatriz Chiquito.
11. Tercera Parte del cuestionario, Sección A. Preg. 28. ¿El modo de hablar de qué país asocia usted a lo siguiente? cariño, enojo/enfado, tecnología, elegancia, vulgaridad y sentido del humor, bajos recursos económicos, altos recursos económicos, confianza, respeto y autoridad.
12. Según Calvo-Shadid y Castillo-Rivas (2014b, p. 174): “Los entrevistados indicaron que los tres países en que se habla parecido a Costa Rica son Colombia (55%), Panamá (20%) y El Salvador (19%)”.
13. Cfr. Calvo-Shadid y Castillo-Rivas (2014b, p. 171).
14. Cfr. Manzanares (2009).
15. Cfr. Bauer y Trudgill (1999, pp. xvi-xviii).
16. Al respecto, cfr. Navarro-Roncero (2013).

## Bibliografía

- Bauer, L. y Trudgill, P. (Eds.) (1999). *Language Myths*. Londres: Penguin Books.
- Calvo-Shadid, A. y Castillo-Rivas, J. (2014a). Las actitudes lingüísticas en el español de San José, Costa Rica. Por A. B. Chiquito y M. Á. Quesada-Pacheco (Eds.). *Actitudes lingüísticas de los hispanohablantes hacia el idioma español y sus variedades*. (Vol. 5). (249-289). Universidad de Bergen: BeLLS.

- Calvo-Shadid, A. y Castillo-Rivas, J. (2014b). Opiniones de los costarricenses acerca del español general, la corrección lingüística, el español en los medios de comunicación y en la educación. *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*. 40 (2), 167-180.
- Chiquito, A. B. y Quesada-Pacheco, M. Á. (Eds.) (2014). *Actitudes lingüísticas de los hispanohablantes hacia el idioma español y sus variedades*. [Versión digital]. <https://bells.uib.no/> [Consulta 05 de marzo de 2015].
- Diamond, J. (2013). *The World Until Yesterday: What Can We Learn from Traditional Societies?* New York: Viking Press.
- El blog de Idiomas. (2013). *7 curiosidades sobre la lengua portuguesa*. <http://www.elblogdeidiomas.com/2013/12/curiosidades-lengua-portuguesa.html> [Consulta 13 de marzo de 2015].
- Foro de español. (s.f.). *El idioma más dulce y el más áspero*. <https://forodeespanol.com/Archive/ElIdiomaDulceAspero/zwv/post.htm> [Consulta 28 de noviembre de 2014].
- Giles, H. y Niedzielsky, N. (1999). Italian is beautiful; German is Ugly. Por L. Bauer y P. Trudgill. (Eds.). *Language Myths*. (85-93). Londres: Penguin Books.
- Harlow, R. (1999). Some Languages are Just Not Good Enough. Por L. Bauer y P. Trudgill. (Eds.). *Language Myths*. (9-14). Londres: Penguin Books.
- Hernández-Campoy, J. M. (2004). El fenómeno de las actitudes y su medición en sociolingüística. *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*. 8, 29-56.
- Manzanares, I. (2009, 7 de julio). Variedades dialectales del español actual en España. [Blog]. <http://leccionesdelengua.blogspot.com/2009/07/variedades-dialectales-del-espanol.html> [Consulta 06 de abril de 2015].
- Navarro-Roncero, L. (2013). Mitos de la lengua que afectan al aprendizaje del español como lengua extranjera. *Actas CEDELEQ IV*. (28-32). Universidad de Quebec, Montreal.
- Perera-Izquierdo, S. y Monreal-Bosch, P. (2013). Identidad, sentimientos y lengua: ¿nos definimos por lo que sentimos o por lo que hablamos? *Ianua. Revista Philologica Romanica*. 13 (1), 23-31.
- Quesada-Pacheco, M. Á. (2014). División dialectal del español en América. *Boletín de Filología*. 49 (2), 257-309.
- Sheridan-Dodds, P., et ál. (2014). *Human language reveals a universal positivity bias*. <http://bagrow.info/pdf/dodds2014a.pdf> [Consulta 22 de octubre de 2014].
- SNATV. (2012, 31 de octubre). Francés, la lengua más bella del mundo. [Archivo de video]. <https://www.youtube.com/watch?v=7srrO-6pqXA> [Consulta 13 de marzo de 2015].
- Spaniards. (s.f.). *Cuál es el idioma más agradable y desagradable para vosotros? (castellano no admitido)*. <http://www.spaniards.es/foros/cultura-y-costumbres/cual-es-el-idioma-mas-agradable-y-desagradable-para-vosotros-castellano-no-admitido> [Consulta 28 de noviembre de 2014].
- Tannen, D. (1998). "Oh talking voice that is so sweet": The poetic nature of conversation. *Social Research*. 65 (3), 631-651.

Vogue España. (s.f.). *Qué idioma os parece más bonito y más feo?* <http://foros.vogue.es/viewtopic.php?f=3&p=4432296> [Consulta 28 de noviembre de 2014].

Wikiquote. (s.f.). *Carlos I de España*. [http://es.wikiquote.org/wiki/Carlos\\_I\\_de\\_Espa%C3%B1a](http://es.wikiquote.org/wiki/Carlos_I_de_Espa%C3%B1a) [Consulta 24 de noviembre de 2014].

Yahoo Respuestas. (s.f.). *¿Cuál es el idioma más dulce de oír?* <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090109141620AAvdTzf> [Consulta 28 de noviembre de 2014].