



## Actas de las Jornadas Internas de Investigadores en Formación del Departamento de Letras 2015

Universidad Nacional de Mar del Plata, ISBN 978-987-544-699-1

# La variación sociolingüística del grupo consonántico culto en los centros comerciales de Mar del Plata

Santiago Ruiz<sup>1</sup>

Universidad Nacional de Mar del Plata  
[santiagoruz11@hotmail.com](mailto:santiagoruz11@hotmail.com)

### Resumen:

El presente trabajo se propone analizar el fenómeno de alternancia morfofonológica propio de los grupos consonánticos cultos a partir del estudio del grupo /pt/ en las variantes *septiembre* y *setiembre*. La alternancia entre estas dos formas lingüísticas evidencia la oposición entre /p/ y Ø, y, determina la conservación de la raíz latina del término *september*; o bien, la simplificación del grupo. Dicho fenómeno es entendido en términos de covariación sociolingüística, por lo que se ha implementado para su estudio una metodología de trabajo propia de la sociolingüística cuantitativa (Labov 1972) en la recolección de datos proporcionados por hablantes reales de la ciudad de Mar del Plata, a efectos de analizar los condicionamientos sociales que inciden en la estabilización de esta alternancia.

### Palabras clave:

Grupo consonántico  
culto

Variacionismo

Sociolingüística

---

<sup>1</sup> Estudiante avanzado de la carrera de Profesorado en Letras (UNMDP). Adscripto a la cátedra de Lingüística I y II dirigido por el Dr. Salvio Martín Menéndez. Ayudante alumno en Gramática I.

### El grupo consonántico culto /pt/: septiembre/setiembre

Existen en el idioma español una serie de grupos consonánticos cultos formados a partir de la aglutinación de dos o más consonantes, que pueden encontrarse tanto en el inicio como en el interior de una palabra. Tal es el caso de los grupos *bs*, *cc*, *cn*, *cs*, *ct*, *ds*, *gn*, *gd*, *mn*, *ns*, *ps*, *pt*, entre otros. Desde sus orígenes, el idioma español ha presentado dos tendencias posibles relativas a la pronunciación de estos grupos de consonantes heredados del latín. A causa de la dificultad que suponen para los hispanohablantes, en algunas ocasiones se ha optado por la eliminación de la primera consonante, dando lugar a la simplificación (fonetismo), mientras que en otras se ha insistido en la conservación del grupo consonántico (etimologismo).

Es interesante notar que estas dos tendencias pueden encontrarse presentes en un mismo estado sincrónico de la lengua e incluso pueden dar lugar a la estabilización de un fenómeno de alternancia a través del tiempo. En este sentido, el grupo /pt/, en sus formas *septiembre* y *setiembre*, presenta un caso paradigmático de variación estable en donde fonetismo y etimologismo conviven, a lo largo de los años, como opciones disponibles en el sistema lingüístico del español.

Por ese motivo, la Real Academia Española admite desde hace siglos las variantes *septiembre* y *setiembre* como formas consideradas normativamente correctas. La variante *septiembre* es recogida por primera vez en el *Diccionario de Autoridades* (RAE 1739), mientras que la variante *setiembre* es incluida por la academia en la quinta edición del *Diccionario de la lengua castellana* (RAE 1817). Por su parte, el *Diccionario de la lengua española*, en

su vigesimosegunda edición (RAE 2001), aporta las siguientes definiciones:

setiembre. (Del lat. september). 1. m. septiembre.

septiembre. (Del lat. september, -bris). 1. m. Noveno mes del año. Tiene 30 días. (RAE 2001)

Más recientemente, en el año 2005, la RAE publica en su *Diccionario panhispánico de dudas* un apartado correspondiente a esta cuestión:

septiembre. ‘Noveno mes del año’. Existe también la variante *setiembre*, reflejo en la escritura de la relajación de la *p* en la articulación de esta voz; pero en el uso culto se prefiere decididamente la forma etimológica *septiembre*. El derivado *septembrino* conserva siempre la *-p-*, tanto en la pronunciación como en la escritura. (RAE 2005)

De esta manera, se observa que la utilización de la variante *septiembre* correspondería a un uso culto de acuerdo con el origen del término latino *september*, de donde deriva la palabra española. Por otro lado, la variante *setiembre*, implica una relajación de /p/ en la pronunciación evidenciando una alternancia lingüística que se separa de la forma etimológica. Este fenómeno se produce debido a la relajación de la pronunciación del grupo consonántico culto /pt/, que muestra una alternancia entre /p/ y Ø.

En la actualidad, ambas formas se encuentran en vigencia sincrónicamente y, según lo expresa la Real Academia Española, tienen dos significados sociales diferentes. De este modo, el etimologismo sería asimilable a un uso culto del lenguaje, mientras que el fonetismo estaría asociado a contextos de

mayor informalidad lingüística. Estas consideraciones permiten formular la hipótesis de que ambas variantes se encuentran presentes en alternancia estable porque presentan dos significados sociales distintos cuya existencia ha evitado el cambio definitivo o la conservación de la forma original.

En este sentido, el presente artículo pretende dar cuenta de la investigación realizada a efectos de determinar la correlación existente entre la alternancia en la pronunciación de *septiembre* o *setiembre* y los factores sociales que inciden en la elección de alguno de estos dos usos por determinados grupos de hablantes, en contextos situacionales específicos. Este estudio indaga la relación entre un fenómeno lingüístico y otros fenómenos de tipo social con el objeto de establecer las motivaciones no lingüísticas que inciden en la estabilización de la alternancia analizada. Por ese motivo, la investigación se enmarca dentro de los límites de la sociolingüística.

### **El variacionismo urbano cuantitativo**

Moreno Fernández define dentro de los estudios sociolingüísticos a la rama que denomina como “sociolingüística cuantitativa urbana o variacionismo” (1998: 300) cuyo exponente principal es William Labov. Para Fernández: “El objeto de estudio de la sociolingüística es la lengua como sistema de signos, pero considerada dentro de un contexto social. Al sociolingüista le interesan las relaciones entre los estratos sociales y la estructura lingüística.” (1998: 300) De esta manera, se entiende a la sociolingüística como una disciplina propiamente lingüística en la que se analiza la variación en su contexto social.

En el mismo sentido, Hudson define a la sociolingüística como “el estudio del lenguaje en relación con la sociedad” (1982: 11), incluyéndola den-

tro del estudio del lenguaje, es decir, de la lingüística. Sin embargo, realiza una distinción entre la sociolingüística y la tradición lingüística estructural y generativa que estudia al lenguaje basándose en los aspectos formales con exclusión de su contexto social:

La lingüística difiere de la sociolingüística en que aquélla considera sólo la *estructura* del lenguaje, con exclusión del contexto social en el que se aprende y se usa. La tarea de la lingüística, según este punto de vista es la de elaborar <<las reglas del lenguaje X>>, después de lo cual el sociolingüista puede entrar en escena y estudiar cualesquiera de los puntos en los que tales reglas entran en contacto con la sociedad, tales como los puntos en los que modos alternantes de expresión de una misma cosa son escogidos por distintos grupos sociales. (Hudson 1982: 13)

La presente investigación se enmarca en esta línea de trabajo, teniendo por objeto el estudio de los modos alternantes de pronunciación (*septiembre* o *setiembre*) correspondientes al mismo significado del “novenio mes del año”, que son preferidos por distintos grupos de hablantes en contextos sociales diferentes.

El marco teórico utilizado para desarrollar el análisis está basado en el estudio de William Labov acerca de “La estratificación social de (r) en los grandes almacenes de Nueva York” (Labov 1972). Dentro de este marco, entendemos la variación sociolingüística como la covariación entre una variable lingüística dependiente y una variable independiente de tipo social. Además, consideramos como variante a cada una de las posibilidades de realización de cada variable. A su vez, atendemos al fenómeno de la variación estilística, la

cual nos permite advertir la diferencia entre un uso informal del lenguaje y un uso más cuidado, en donde el hablante puede llegar a manifestar su inseguridad lingüística autocorrigiéndose en contextos de mayor control social.

Asimismo, entendemos como indicador sociolingüístico a la variable lingüística que se establece como un diferenciador social en los niveles de habla de una determinada comunidad lingüística; y, como marcador sociolingüístico, a la variable que presenta, al mismo tiempo, distribución social y variación estilística. Nuestro problema radica precisamente en el establecimiento del carácter de marcador o indicador sociolingüístico del grupo consonántico culto /pt/ en las variantes septiembre y setiembre en el habla de los vendedores de los centros comerciales de Mar del Plata.

### **Metodología y fuentes de datos: la entrevista breve y anónima**

La metodología aplicada en esta investigación se encuentra inspirada en un método propio del variacionismo urbano cuantitativo introducido por William Labov que consiste en la implementación de entrevistas breves y anónimas (Labov 1972: 267) en contextos interaccionales previamente determinados. Esta metodología cuenta con la ventaja de proporcionar una gran cantidad de muestras en poco tiempo a través de la realización de una pregunta breve directa con una respuesta controlada concreta, permitiendo al mismo tiempo no violar la intimidad del entrevistado.

Labov emplea este método de forma original en su estudio acerca de la estratificación social de /r/ en las grandes tiendas de Nueva York. En dicha investigación, el lingüista se propone analizar el fenómeno de alternancia fonológica entre dos formas alternativas

de decir lo mismo<sup>2</sup>, que determinan la realización de /r/ en posición posvocálica o final, o bien la ausencia de su pronunciación. Dicha alternancia es entendida en términos de covariación sociolingüística, lo que implica adoptar una perspectiva sincrónica que permita determinar una correlación entre la variable lingüística elegida y otras variables independientes de tipo social. De esta manera, la metodología propuesta resulta operativa para explicar los condicionamientos sociales que inciden en la existencia de la alternancia y, al mismo tiempo, puede servir para predecir el surgimiento o la ausencia de un cambio lingüístico en curso.

Por otra parte, Labov emplea esta estrategia metodológica para lograr la resolución de lo que denomina como la *paradoja del observador* (Labov 1972: 266). Es decir, el investigador necesita recolectar datos lingüísticos proporcionados por hablantes reales en situaciones de producción de habla vernácula, pero la presencia de un investigador incide en la modificación del comportamiento habitual de los hablantes. Por ese motivo, Labov decide optar por la realización de entrevistas breves y anónimas, en las que los entrevistados no puedan advertir que están formando parte de una investigación, sin que esto constituya una violación de su privacidad. Por eso, selecciona como fuente de datos a los empleados de tres grandes tiendas de la ciudad de Nueva York,

---

<sup>2</sup> Al respecto, Beatriz Lavandera (1984) señala que el límite de la variable sociolingüística se encuentra en el nivel fonológico, debido a que al analizar una variación morfológica o sintáctica, es imposible asegurar que se cumpla este "requisito de lo mismo". Es decir, en estos últimos niveles la elección de una u otra variante puede no estar condicionada por factores sociales, sino porque en rigor el hablante esté aportando significados que son lingüísticamente diferentes. Por ese motivo, en nuestra investigación, nos hemos mantenido en los límites de la realización fonológica analizando dos variantes que comparten el significado idéntico de "novenos meses del año".

estratificadas de acuerdo a variables socioeconómicas (Saks, Macy's y Klein), a los que les pregunta: “<<Disculpe, ¿dónde están los zapatos para señoras?>>”, la respuesta era normalmente, <<Fourth floor>> (<<Cuarta planta>>).” (Labov 1972: 82), con lo cual los hablantes daban muestras breves, concretas y anónimas de su pronunciación de /r/, superando la paradoja del observador y aportando una gran cantidad de datos lingüísticos valiosos para ser analizados.

La implementación de esta metodología para la recolección de datos lingüísticos resulta particularmente operativa para la investigación del fenómeno seleccionado. Por ese motivo, se han adaptado las estrategias metodológicas del investigador norteamericano para llevar a cabo el estudio de un fenómeno lingüístico propio del idioma español en la ciudad de Mar del Plata: la realización o simplificación del grupo consonántico culto /pt/ en las variantes septiembre y setiembre.

### Los centros comerciales de Mar del Plata

Los hablantes seleccionados como fuente del trabajo fueron entrevistados durante el mes de septiembre de 2014 mediante la pregunta “¿Qué día es hoy?” a la espera de que respondieran aludiendo a la fecha de la jornada. Se ha pretendido que los resultados arrojaran dos tipos de respuestas, por ejemplo: “diez de septiembre” o “diez de setiembre”. Cabe aclarar que las posibles contestaciones que no mostraron la utilización de alguna de las dos variantes fueron descartadas a los efectos de esta investigación. Luego se procedió a preguntar nuevamente “¿Perdón?” con la intencionalidad de captar la variación estilística, es decir, la posibilidad de detectar un registro espontáneo del lenguaje y, luego, un uso más cuidado en donde el

entrevistado se encontrara alerta y pudiera llegar a reflexionar acerca de lo que acaba de pronunciar para autocorregirse conscientemente.

Se entrevistó, en concordancia con el estudio de Labov, a los vendedores de distintos centros comerciales de la ciudad de Mar del Plata con el objetivo de obtener muestras de un mismo grupo social con similar categoría laboral en distintos contextos sociales que motivaran su diferenciación. Los vendedores tienden a identificarse con los clientes para los que trabajan, por lo que utilizar diversos centros comerciales puede permitir obtener información acerca de los factores sociales que influyen en el fenómeno de alternancia a estudiar. Cada uno de los establecimientos elegidos fue identificado jerárquicamente de acuerdo a su prestigio social y su nivel de formalidad, diferenciándose en un nivel bajo, medio y alto.

La primera de las tiendas estudiadas es el Shopping Los Gallegos, a la cual identificaremos con un prestigio social alto, ya que este establecimiento cuenta con una variedad de marcas reconocidas a nivel nacional e internacional tales como Citroën, Ford, Movistar o Lacoste, entre otras. Además, el Shopping Los Gallegos es el primer *shopping center* construido en la ciudad y cuenta con una moderna infraestructura, que incluye salas de cine, estacionamiento cubierto, ascensores, escaleras mecánicas, etc. Se encuentra ubicado en Rivadavia 3050 en plena zona céntrica.

Por otro lado, hemos seleccionado el Shopping Peatonal, ubicado en la peatonal San Martín 2236, también en zona céntrica. Este establecimiento surge luego de la crisis económica que atravesó la Argentina a partir del año 2001 en donde el empobrecimiento de la sociedad y la suba generalizada de precios motivó la proliferación de circuitos alternativos de comercialización en la venta de productos de segundas

marcas o imitaciones a precios menores que los de las tiendas oficiales. Este centro comercial, en donde no se busca un prestigio social a partir de las marcas trabajadas sino que por el contrario se motiva la oferta de productos de precios bajos proporciona un muestreo de una tienda de un nivel de formalidad medio, siendo uno de los paseos de compras más populares de la localidad. Esto se debe a que si bien no es un centro comercial prestigioso, mantiene ciertas características que lo emparentan al Shopping Los Gallegos, en tanto imita su estructura y funcionamiento: escalera mecánica, patio de comidas, distribución espacial de los locales, facturación, locales a cargo de empleados y venta predominante de artículos de indumentaria.

La tercera de las opciones analizadas es el Paseo de los Artesanos, ubicado a lo largo de la Diagonal Pueyrredón y dentro de la Plaza San Martín, en el microcentro marplatense. En rigor, este paseo comercial no es una tienda como las anteriores, sino que por el contrario, es una feria que se encuentra constituida por un conjunto de puestos callejeros de precaria infraestructura dedicados a la venta de productos artesanales. Ha sido identificado como un centro comercial de bajo nivel de formalidad, debido a que los vendedores fabrican sus propios productos, no trabajan con marcas ni aceptan tarjetas de crédito, no deben cumplir horarios y tampoco visten uniformes.

La selección de estos tres puntos comerciales<sup>3</sup> estratificados de acuerdo a sus propiedades socio-contextuales fue realizada con la expectativa de que la

---

<sup>3</sup> La muestra de datos fue relevada en una fecha anterior a la inauguración del Paseo Aldrey Cultural y Comercial, que es actualmente el centro de compras más grande de Mar del Plata. Por ese motivo, este establecimiento, que hubiera podido proveer una gran cantidad de muestras, no fue incluido entre los centros comerciales seleccionados.

variación social evidenciara una correlación con las variantes lingüísticas que constituyen nuestro objeto de estudio. En este sentido, la metodología se ajusta a la temática y los objetivos planteados, ya que el método utilizado aporta los datos necesarios para la elaboración de un corpus lingüístico. Las realizaciones de los entrevistados han sido clasificadas de acuerdo a la frecuencia de aparición o no de /p/, consignando, entre otras variables no lingüísticas, la pertenencia del entrevistado a cada uno de los tres establecimientos correspondientes.

A su vez, se ha intentado imitar la investigación laboviana en su captación de la variación estilística en una primera y luego una segunda respuesta que diera lugar a las opciones de 0-0 (*ausente*), 0-1 o 1-0 (*parcial*) y 1-1 (*exclusivo*), para la pronunciación de la primera consonante del grupo culto. Además de la pertenencia de cada entrevistado a uno de los centros comerciales, han sido tenidos en cuenta las variaciones en cuanto al género y la edad, como factores hipotéticamente influyentes en la elección de una u otra variante lingüística. Finalmente, el método buscó establecer ciertas tendencias en base a los porcentajes obtenidos para otorgar un sustento estadístico a las conclusiones del trabajo.

### **Análisis de los datos recolectados y conclusiones de la investigación**

Como hemos mencionado anteriormente, el objeto de la investigación es el aporte de una explicación a la distribución social de la pronunciación /p/ o relajación  $\emptyset$  del grupo consonántico culto /pt/ en la alternancia entre las variantes *septiembre* y *setiembre* a partir de la recolección de datos lingüísticos concretos provenientes de hablantes anónimos de la ciudad de Mar del Plata.

Por ese motivo, la hipótesis inicial con la cual ha sido elaborado el plan de trabajo se encuentra en concordancia con lo expresado por la RAE (RAE 2005), entendiendo que la alternancia entre /p/ y Ø en las variantes septiembre o setiembre puede constituirse como un marcador sociolingüístico que relaciona la primera de las opciones con un uso culto de la lengua. En este sentido, la hipótesis que se ha intentado corroborar es que la distribución social de la alternancia implica, en contextos situacionales de mayor prestigio y nivel socioeconómico, una mayor aparición de la forma culta y prestigiosa septiembre, mientras que, en contextos de menor presión social, la variante setiembre aumenta su frecuencia de aparición. En las siguientes figuras se muestran los datos recolectados al respecto:

Tabla N°1: Totales

	<b>Shop- ping Los Galle- gos</b>	<b>Shop- ping Peato- nal</b>	<b>Paseo de los Arte- sanos</b>
<b>Total de entrevista- dos</b>	25	13	15
<b>Realizacio- nes de /p/</b>	25	11	8
<b>Realizacio- nes de Ø</b>	0	2	7

Tabla N°2: Porcentajes

	<b>Shop- ping Los Galle- gos</b>	<b>Shop- ping Peato- nal</b>	<b>Paseo de los Arte- sanos</b>
<b>% de en- trevistados</b>	100%	100%	100%
<b>Realizacio- nes de /p/</b>	100%	84,6%	53,3%
<b>Realizacio- nes de Ø</b>	0%	15,4%	46,7%

Las tablas aquí expuestas reflejan los resultados totales y porcentuales obtenidos en las entrevistas anónimas, correlacionando la variable independiente “centro comercial” y la variable dependiente “conservación o simplificación del grupo /pt/”, con sus respectivas variantes. Las estadísticas corresponden a las respuestas efectuadas por los entrevistados a la pregunta “¿Qué día es hoy?”, con la posibilidad de responder utilizando las formas “septiembre” o “setiembre”.

Los datos recogidos no muestran los resultados de las segundas respuestas, surgidas luego de una repregunta. Esto se debe a que la implementación de la metodología de recolección no logró alcanzar la misma efectividad que tuvo Labov al momento de captar la variación estilística. En este sentido, la repregunta no motivó la captación de un estilo diferente por parte de los hablantes, por lo que solo se contabilizaron los resultados de las primeras respuestas, que sí arrojaron datos relevantes. A su vez, los entrevistados tampoco arrojaron diferencias significativas que demostraran la predilección de una u otra opción lingüística para grupos de hablantes discriminados según su género o edad. La mayoría de los entrevistados estaban situados en un segmento etario aproximado de entre veinticinco y treinta y cinco años, pero no evidenciaban un comportamiento lingüístico que los pudiera distinguir claramente de los hablantes ubicados por debajo de esa edad, ni tampoco de los mayores de cuarenta o cincuenta años.

Por otro lado, la investigación permitió demostrar, como se ve expresado en las estadísticas presentadas, una correlación existente entre el centro comercial de origen de cada vendedor y la opción lingüística elegida en cada caso. Resulta particularmente llamativo el hecho de que ninguno de los vendedores del Shopping Los Gallegos hubie-

ra utilizado la opción *setiembre*, reservando para sí solamente la variante *septiembre*, con la conservación etimológica de /pt/. La frecuencia de aparición del grupo consonántico culto completo que oscila entre el 100%, el 84,6% y el 53,3%, en cada centro comercial, permitiría determinar, en principio, el carácter de indicador sociolingüístico del grupo consonántico para los hablantes entrevistados. Esto se debe a que las estadísticas muestran una distribución social en niveles alto, medio y bajo de formalidad y prestigio social, que marcan un uso estratificado para la variable /pt/ en cada uno de los contextos sociales analizados. El carácter de marcador sociolingüístico no ha podido ser demostrado ni refutado en esta investigación, porque la distribución social de la variable sociolingüística no ha podido ser cotejada con datos que reflejen su variación estilística.

Por otra parte, los resultados globales evidencian que si bien la conservación etimológica de la variante *septiembre* se presenta como la forma más extendida para todos los hablantes de este corpus, existe un comportamiento lingüístico particular en los hablantes provenientes del Shopping Los Gallegos, quienes parecieran confirmar y diferenciar su posición social a través de la corrección lingüística. De forma similar, los empleados del Shopping Peatonal tiende a imitar lingüísticamente, aunque permitiendo algunas realizaciones de *setiembre*, al centro comercial que toman como modelo, y, por último, los hablantes del Paseo de los Artesanos demuestran un comportamiento lingüístico propio de un contexto más distendido en donde se observa un porcentaje sensiblemente superior de simplificación del grupo consonántico culto.

Por lo tanto, en base a los resultados obtenidos en este estudio, la investigación pareciera confirmar la hipótesis de que existe un significado social

diferenciado, correspondiente a registros diferentes, para la simplificación o la conservación del grupo consonántico culto /pt/, motivo por el cual la alternancia entre las formas *septiembre* y *setiembre* se ha mantenido y se sigue manteniendo estable a lo largo del tiempo.

### Referencias bibliográficas

- Hudson, R. (1982). *La sociolingüística*. Barcelona: Anagrama.
- Labov, W. (1972). *Modelos sociolingüísticos*. Madrid: Cátedra. (1983)
- Lavandera, B. (1984). *Variación y significado*. Buenos Aires: Hachette.
- Moreno Fernández, F. (1998). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Editorial Ariel S. A.
- Real Academia Española (1817). *Diccionario de la lengua castellana*. 5.ª edición. Madrid: Imprenta Real.
- Real Academia Española (1739). *Diccionario de la lengua castellana (...)* Tomo sexto: (contiene las letras S-Z). Madrid: Imprenta de la Real Academia Española, por los herederos de Francisco del Hierro: <http://web.frl.es/DA.html>
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*. 22.ª edición. Madrid: Espasa Calpe: <http://dle.rae.es/?id=XdBRd9c>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Madrid: Santillana: <http://lema.rae.es/dpd/?key=septiembre>